

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS INSTITUTO POLITÉCNICO DE
VIANA DO CASTELO
CONCORDIA UNIVERSITY
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ЦЕНТР СТАЛОГО РОЗВИТКУ»
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ



ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

**МАТЕРІАЛИ ХХІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

22 жовтня 2020 року

Черкаси ЧДТУ 2020

Організаційний комітет:

Григор О. О.	д.політ.н., доцент, ректор ЧДТУ
Демиденко В. В.	к.е.н., доцент, декан факультету економіки та управління ЧДТУ
Манн Р. В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та управління ЧДТУ
Петкова Л. О.	д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та бізнесу ЧДТУ
Коломицева О. В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики і маркетингу ЧДТУ
Фінагіна О. В.	д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування ЧДТУ
Гончаренко І. Г.	д.н.держ.упр., професор, завідувач кафедри фінансів ЧДТУ
Ільченко Н. В.	к.н.держ.упр., доцент, доцент кафедри економіки та управління ЧДТУ

Теорія і практика сучасної економіки : матеріали XXI Міжнародної науково-практичної конференції : 22 жовтня 2020 р. [Електронний ресурс] / відп. ред. Р. В. Манн ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2020. – 135 с.

Матеріали конференції висвітлюють стратегічні питання розвитку економіки, вдосконалення інвестиційної привабливості регіонів, галузей і підприємств, інтенсифікації інтеграційних процесів та інші актуальні проблеми сучасної економіки, фінансів, менеджменту та маркетингу, публічного управління та адміністрування

УДК 33(063)

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

ПРОБЛЕМИ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Баранов Г. О., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Черкаський державний технологічний університет

На сьогодні туристична індустрія є однією із найбільш прогресуючих галузей світової економіки, тому її розглядають як самостійний вид економічної діяльності і як міжгалузевий комплекс. Для багатьох держав, саме туризм приносить основний дохід та є джерелом прибутків, тому і в економіці України туристична галузь відіграє вагомий роль (Закон України «Про туризм» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст. 24) зі змінами). Сьогодні Закарпаття є одним з найпривабливіших куточків України для туристів. Наявність курортного та рекреаційного потенціалу, мальовничі пейзажі, цікаві та визначні пам'ятки історії, культури та архітектури, особливе географічне розміщення на перетині держав (Румунії, Словаччини, Польщі, Угорщини), поєднання різних культур та особливостей, сприяє поширенню туризму в цьому регіоні та з кожним роком приваблює більшу кількість відвідувачів. Вище зазначені можливості і переваги дозволили увійти Закарпаттю у трійку найперспективніших і найпопулярніших туристичних об'єктів нашої держави.

Важливу роль для продуктивного розвитку туризму відіграє інфраструктура. На нашу думку у Закарпатській області інфраструктура є доступною, але не досить ефективною. Однією зі складових інфраструктури є шосейні, залізничні та авіасполучення. У цій області перетинається чотири найбільші автотранспортні магістралі, регіон має залізничне сполучення практично з усіма столицями Південної і Центральної Європи. Завдяки достатньо розвиненій дорожньо-транспортній галузі, щороку зростає кількість мото- та автотуристів, що дає можливість відвідати найвіддаленіші та найцікавіші визначні пам'ятки та місця цього краю, побачити рослинний, зооморфний світ та ландшафти Західної частини України, помилуватися мальовничими краєвидами. Проте, на жаль, все ще виникає проблема якісного транспортного сполучення з туристичними об'єктами, адже є шляхи, які потребують капітального ремонту, фінансування та інвестицій, яких надто мало чи практично немає.

До туристичної інфраструктури належать заклади громадського харчування, проживання, санаторії, курорти, пансіонати, туристичні підприємства, бази відпочинку тощо. Наприклад, в 2015 р. в області зареєстровано 213 готелів та 55 спеціалізованих засобів розміщення. На жаль, більша частина з них не відповідає сучасним вимогам і не відійшла від стандартів СРСР, проте, за останні роки можна бачити поступові зміни і активізацію будівництва нових закладів розміщення, що відповідають європейському рівню, хоча процес розвитку готельно-ресторанного бізнесу сповільнився, внаслідок економічної кризи і епідемії COVID-19.

Через недосконале законодавство туристичне використання історичних пам'яток у Закарпатській області, як загалом і в Україні, зводиться до мінімуму. Це пов'язано з тим, що зміни потребують залучення значних коштів та зусиль, а уряд України, через відсутність системних положень щодо напрямів розвитку туризму на перспективу, стримує налагодження ефективної роботи у туристичній галузі. У цьому контексті переконані, що варто було б запозичити досвід європейських та інших держав світу (Іспанії, Хорватії, Туреччини та ін.), які здатні максимально організувати використання історичних пам'яток у туристичній галузі і отримувати з цього значні дивіденди, насамперед у фінансовому плані. На наш погляд, можна запропонувати низку інноваційних проєктів, які сприяли б використанню історико-культурної спадщини у туризмі, а саме:

1. На території всіх без винятку замків можна організовувати різноманітного роду ресторації, фестивалі чи етнокультурні дійства, пов'язані з історією і культурною спадщиною України. Цей досвід вже мають у Мукачевському і Ужгородському замках тощо.

2. Стан збереженості багатьох замків дає змогу організовувати у них музейні експозиції різної тематики, тематичні вечори, готельні номери, що з часом може повністю повернути кошти, вкладені на їх реставрацію. Важливим при цьому є створення необхідних загальнодоступних інформаційних сайтів та порталів з повною довідкою про ці пам'ятки культури і надання інформації про туристичну інфраструктуру місцевості.

В Україні висвітлено не всі питання теоретичних і прикладних засад діяльності підприємств туристичного комплексу. Є необхідність в подальшому науковому дослідженні аспектів формування адміністративного і фінансового розвитку туризму, визначенні шляхів і пріоритетів підвищення ефективності управління туристичного потенціалу України.

Список використаних джерел

1. Горбик В. О., Денисенко Г. Г. Проблеми дослідження і збереження пам'яток історії та культури в Україні. *Український історичний журнал*. 2003. № 3. С. 143–151.
2. Кифяк В. О. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 312 с.
3. Кобаль Б. Історія розвитку етнографічного туризму в Україні. *Східноєвропейський історичний вісник*. Дрогобич: Посвіт, 2017. Вип. 2. С. 98–102.

УДК 332.14

ОЦІНКА СУКУПНОГО КАПІТАЛУ ТА АКТИВІВ ТЕРИТОРІЇ В ПРОЦЕСІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Березіна О. Ю., к.е.н., професор кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний університет

Березін І. С., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
Черкаський державний технологічний університет

Розроблення та реалізація стратегій регіонального розвитку повинні базуватися на результатах оцінки рівня капіталізації активів і ресурсів території, що формують сукупний регіональний капітал. Результати оцінки сукупного регіонального капіталу найдоцільніше представляти у вигляді зведеної таблиці, яка відображає його основні елементи та складові. Окремі методи і підходи оцінки сукупного капіталу регіону вже тривалий час використовуються в практиці стратегічного планування, зокрема і для оцінки економічного потенціалу регіону.

У практиці регіонального управління європейських країн широко використовуються зведені таблиці капіталізації регіону (Region capitalization table), що показують рівень капіталізації територій та містить розрахункові й фактичні обсяги капіталу, отриманого з кожного джерела і в межах кожної адміністративно-територіальної одиниці у поєднанні з відповідними коефіцієнтами капіталізації. З метою порівняння рівня капіталізації регіонів України з регіонами інших країн доцільно визначати рівень капіталізації у національній та світових валютах за паритетом купівельної спроможності. Рівень капіталізації визначається у процентному відношенні до ВВП чи ВРП. За результатами оцінки формується гео економічний баланс території як унаочнення фінансових, людських і товарних потоків, що проходять через певну територію та обумовлюють структурні зміни в економічній системі.

Не підлягає сумніву, що успішність і результативність розвитку України залежить від ефективності реалізації економічної та структурної політики на регіональному рівні. Розвиток територій повинен бути зорієнтований на досягнення стратегічних цілей, які є узгодженими за основними орієнтирами, пріоритетами і ресурсами. Водночас чітка, логічна і зрозуміла регіональна економічна політика може бути розроблена та реалізована лише на основі достовірної інформації щодо потенціалу, факторів виробництва та ресурсів території, які формують її реальні та потенційні активи. Також слід ураховувати обмеження і можливості використання активів у господарській діяльності та створення на їх основі регіональних ланцюгів вартості.

Сукупний капітал території регіону складається з окремих складових (різних територіальних активів) і має важливе значення для забезпечення її інвестиційної привабливості, уможлиблює залучення зовнішнього капіталу і ресурсів. Нині, хоча й існують окремі підходи і методи, засновані на зведенні окремих видів капіталу (активів) території в інтегральні показники, що використовуються з певними прикладними цілями, але уніфіковані комплексні методики оцінки сукупного регіонального капіталу відсутні. Водночас, незважаючи на складність та трудоємність процесу розробки подібної методики, узагальнений підхід до вартісної оцінки окремих видів активів в регіоні та визначення сукупного капіталу території доцільно здійснювати з використанням наступної формули:

$$C = C_t + C_h + C_n, \quad (1)$$

де C_t – капітал, створений людиною (техногенний);

C_h – людський капітал (кваліфікація, знання, досвід та ін.);

C_n – природний (екологічний) капітал (природно-ресурсний потенціал).

Показники, що складають основу формули та відображають часткові форми регіонального капіталу можуть бути наповнені різним змістом. Розрахунок за запропонованою формулою дозволяє визначити вартість сукупного капіталу території на момент проведення оцінки, за існуючого рівня і способів його використання. Однак, один і той же вид активів території може бути оцінений по-різному залежно від сфери його застосування. Тому оцінка рівня капіталізації території не повинна обмежуватися лише ситуаційною вартісною оцінкою, а повинна мати варіативний і прогнозний характер, тим самими орієнтуючи осіб, що приймають рішення, на найбільш ефективні способи використання капіталу для створення вартості. З цієї точки зору, одночасно із запропонованим методом доцільно використовувати підхід, який дозволяє встановити ступінь залучення активу в ланцюжок створення вартості із одночасним визначенням рівня його концентрації в регіоні.

Використання запропонованої методики дозволяє здійснювати співставлення структури сукупного капіталу країн і регіонів. Так, наприклад, в Україні структура активів території формується у наступному співвідношенні (відповідно до послідовності показників у формулі: 15 %, 10 %, 75 %, що свідчить про недостатню оцінку ролі людського капіталу та акцентуацію на використанні природних активів. Тоді як у Німеччині це співвідношення, за результатами розрахунків складає 20 %, 60 %, 20 %, що свідчить про принципово різні підходи у формуванні та використанні активів території, рівно як і у розробленні і впровадженні стратегій територіального розвитку. Запропонована методика, з огляду на її універсальність, може бути застосована на рівні регіонів, міст, об'єднаних територіальних громад, із використанням відповідного набору показників, які дають можливість зіставлення територій, схожих за структурою та низкою інших параметрів.

Отримані значення величини сукупного капіталу території, дають підстави для визначення його сукупної вартості (хоча і з певним ступенем апроксимації) та встановлення

структурних зрушень впродовж певного періоду. В залежності від цілей та завдань дослідження, методика може бути деталізована в частині сукупності індивідуальних показників і методів їх зведення до інтегрального значення, а також запропонована як інструмент моніторингу реалізації регіональної структурної політики, спрямованої на трансформації для забезпечення конкурентоспроможності території та розвитку регіональної економіки.

Інформаційно-аналітична підтримка, що забезпечує прийняття регіональними органами управління та місцевого самоврядування науково обґрунтованих та ефективних рішень, полягає в наступному:

- моніторинг соціально-економічних і фінансових показників з метою контролю і комплексного аналізу стану регіональної економіки;
- аналіз статистичної інформації та виявлення основних тенденцій і закономірностей;
- прогнозування стану регіональних господарських комплексів, встановлення наявних диспропорцій, пошук можливостей, визначення перспектив, ідентифікація точок зростання регіональної економіки;
- встановлення факторів розвитку регіональної економіки, визначення ступеню їх впливу;
- системне моделювання соціально-економічного розвитку регіонів на основі комплексу взаємопов'язаних імітаційних та оптимізаційних моделей;
- інформаційно-аналітична підтримка процесу прийняття управлінських рішень, що передбачає виконання низки розрахунків сценарного та цільового типу, оцінка ризиків, встановлення показників результативності виконання прийнятих рішень, оцінка їх ефективності для забезпечення розвитку регіональної економіки.

Список використаних джерел

1. Теоретичні засади капіталізації активів території: монографія / О. Ю. Березіна, Ю. В. Ткаченко; Черкаський державний технологічний університет. Черкаси: Видавець Вовчок О. Ю., 2016. 142 с.
2. Assessment of Capitalization as a Management Tool of Economic Development of a Region. URL: <http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/viewFile/6756/6465>.

УДК 338.12

ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК КРЕАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Березюк-Рибак І. Р., к. е. н., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Леонов С. В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Черкаський державний технологічний університет

Сьогодні стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій кардинально змінює класичні моделі ведення бізнесу і змушує усіх учасників ринку адаптуватися до нових умов та шукати дієві шляхи для подальшого розвитку.

Серед глобальних цілей сталого розвитку країн до 2030 року, ухвалених на Саміті ООН у 2015 році, одне із найважливіших місць відводиться необхідності створення стійкої

інфраструктури, сприяння індустріалізації та інноваціям, а інвестування наукових досліджень та інновацій є важливими чинниками, що сприяють сталому розвитку [1].

Використання доповненої реальності як революційно нової технології у сфері взаємодії із цільовими аудиторіями через доповнення існуючої реальності образами та інформацією із віртуальної реальності набуває виняткової актуальності. Тому різні типи бізнесу застосовують доповнену реальність як один із найефективніших інструментів посилення лояльності клієнтів до своєї продукції або бренду.

Доповнена реальність бере свій початок ще із 50-х років минулого сторіччя, але її використання носило лише креативно-експериментальний характер. І лише протягом останнього десятиріччя ця технологія вийшла на масовий ринок.

Як свідчать дані порталу Statista, до 2022 року відбудеться розширення ринку AR-технологій у діапазоні від 2 млрд. дол. до 200 млрд. дол. [5].

На думку аналітиків, технології доповненої реальності спонукатимуть бренди, стартапи, агентства та розробників інтенсифікувати свою діяльність у цьому напрямку. Представники найпотужніших технологічних компаній, таких як Apple, Facebook, Samsung та Microsoft визнають високий потенціал даних технологій і розглядають їх як довгостроковий і базовий проект, який потребує значних інвестицій [2].

Доповнена реальність (AR - augmented reality *англ.*), - це середовище, яке у реальному часі, доповнює реальне відображення, яким ми його бачимо, цифровими даними за допомогою веб-камери компютера або мобільного пристрою (смартфону, планшету).

Термін «доповнена реальність» був запропонований дослідником кооперації Воінг Томом Коделом у 1990 році. У 1997 році дослідник Рональд Азум визначив доповнену реальність як систему, яка наділена наступними властивостями: поєднує віртуальне і реальне; функціонує у реальному часі; працює у 3D [4].

Віртуальна реальність (VR – virtual reality *англ.*) - це створений технічними засобами світ, який передається людині через органи чуття. Змішана реальність об'єднує обидва підходи. Іншими словами, віртуальна реальність створює власний світ, у який може зануритися людина, а доповнена додає віртуальні елементи до реального світу. Отже, віртуальна реальність взаємодіє із користувачем, а доповнена реальність – із зовнішнім світом [3].

Важливим кроком до подальшого розвитку технологій доповненої реальності у 2017 році стала презентація набору інструментальних засобів розроблення програмного забезпечення ARKit компанією Apple та ARCore компанією Google. Це надало широкому колу розробників доступ до потужної бази шаблонів, що значно спростило процес створення програм на основі AR-технологій [3].

Слід також зазначити, що використання AR-технологій вимагає від користувача наявність відповідних гаджетів, які підтримують дану технологію. Сучасні виробники смартфонів (Apple, Samsung та інші) сьогодні отримують додатковий стимул для впровадження нових технологій, що спонукає споживачів купувати нові версії смартфонів [3].

Існують такі види доповненої реальності як: доповнена реальність на основі маркерів або розпізнавання; безмаркерна геолокаційна доповнена реальність; проекційна доповнена реальність; доповнена реальність на основі заміщення.

Доповнена реальність на основі маркерів або розпізнавання зображення передбачає використання спеціальних візуальних об'єктів (наприклад, QR-кодів), розміщених у просторі, та камер для їх зчитування. Безмаркерна геолокаційна доповнена реальність використовує технології GPS, компас та інші функції для надання інформації враховуючи місце розташування користувача. Це дає можливість через відповідні застосунки виводити

навігацію, рекламу та іншу корисну інформацію на карту. Проекційна доповнена реальність передбачає проектування штучного світла на об'єкт через голограму і дає можливість зчитувати інформацію. Доповнена реальність на основі заміщення частково або повністю замінює оригінальний вигляд на доповнений [3].

Такі технології знаходять своє застосування у багатьох сферах діяльності: освіті, туризмі, медицині, архітектурі, мистецтві, моді, маркетингу тощо.

Доповнена реальність – це революційно нова технологія у сфері взаємодії із клієнтами. При наведенні камери смартфона чи планшету на тригер доповненої реальності користувачеві відкривається інтерактивний контент, він бачить віртуальний 3D об'єкт з анімацією або відео, яким може керувати у реальному просторі. За допомогою доповненої реальності виробники можуть вигідно підкреслити переваги своєї продукції, адже покупець має можливість дослідити повну функціональну 3D модель і отримати реалістичні відчуття від продукту. Ця технологія відкриває безліч можливостей у просуванні бренду і залученні нових клієнтів.

Як свідчать дані порталу Statista, доходи від роздрібних продажів у сегменті E-commerce з 2021 року зростуть до 4,88 трлн. дол. [5].

У сфері он-лайн продажів є велика проблема, пов'язана з тим, що через інтернет клієнту важко оцінити продукт, обрати розмір та колір тощо. Ця проблема вкрай негативно впливає на відсоток повернень, який є досить високим і становить близько 30% [4]. Технології доповненої реальності дозволяють значно усунути ці проблеми. Це робить покупки он-лайн більш зручними та інформативними, дає покупцю більше можливостей для прийняття вірного рішення, збільшує обсяги продажів он-лайн магазинів та зменшує кількість повернень.

За допомогою доповненої реальності можна створити унікальну 3D презентацію будь-якого продукту або послуги. Навіть найскладніші продукти можуть бути представлені у доступній формі, наприклад, прототипи установок, машин, устаткування, інструменту тощо.

Технології доповненої реальності мають значний потенціал для ритейлерів, дозволяють демонструвати товар у віртуальних шоу-румах, створюючи новий купівельний досвід і заощаджувати на торговельних площах. А програми лояльності, створені із застосуванням цих технологій дозволяють торговельним мережам залучати більше покупців, збільшувати обсяги продажів та підвищувати лояльність свої споживачів. Технології доповненої реальності можуть стати у пригоді при формуванні інноваційних вивісок у магазинах, створенні сервісів для спрощення орієнтації у магазинах, бонусних програм для клієнтів, віртуальних примірочних, «живих» підказок тощо.

Сьогодні технології доповненої реальності є інноваційним маркетинговим інструментом, який допомагає створити емоційний зв'язок між брендом і кінцевим споживачем. Ці технології здатні залучати потенційних клієнтів, особливо за умов їх участі в оцінці товару чи послуги. Технологія доповненої реальності є ефективною для контекстно-залежних товарів, де візуальне сприйняття відіграє велику роль (наприклад, віртуальна примірка ювелірних виробів, розташування меблів у приміщенні тощо).

Доповнена реальність дає можливість промисловим підприємствам значно покращити систему навчання та підвищення кваліфікації персоналу, створити інноваційні робочі інструкції, здійснювати передавання практичного досвіду новими креативними способами.

Висновки. За рахунок новизни, масштабності й креативності, значного скорочення витрат на виробництво друкованої продукції та логістику технології доповненої реальності перетворюються у потужний інструмент для бізнесу. Широке розповсюдження цих технологій у найближчому майбутньому стане вагомим викликом для багатьох сфер економіки.

Список використаних джерел

1. Глобальні цілі сталого розвитку 2015-2030 рр. URL : <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-innovation-and-infrastructure.html>.
2. Новая разработка от Apple: как iPhone будет дополнять вашу реальность. URL : <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2017/09/19/629231/>.
3. Ростовцев С. С. Доповнена реальність як конкурентна перевага у туристичному бізнесі. *Економіка та підприємництво*. №1. 2019. с. 95–100.
4. Як доповнена реальність може допомогти малому і середньому бізнесу? URL : <https://business.diiia.gov.ua/cases/tehnologii/ak-dopovnena-realnist-moze-dopomogti-malomu-i-serednomu-biznesu>.
5. The Potential of Augmented Reality. URL : <https://www.statista.com/chart/15310/augmentedand-virtual-reality-shipment-forecast>.

УДК 339

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Благун І. І., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Багато викликів бізнесу диктує час, одним із них став виклик пандемії коронавірусу. Тривалість даного процесу в часовому розрізі не береться прогнозувати ніхто. Бізнес по всьому світі потерпає від даної проблеми. Багато фірм втрачає, клієнтів, або левову частку прибутку, інші фірми просто банкрутують в умовах COVID-19. Один із дієвих механізмів вирішення, або мінімізації даної проблеми для бізнесу є маркетинг.

Кожна фірма реагує на даний виклик по різному: хтось згортає певні напрямки бізнесу, хтось робить переорієнтацію або кооперацію з іншими підприємствами, деякі фірми просто банкрутують. Багато фірм на ринку переглядають свої маркетингові стратегії і розглядають їх, як ключ до вирішення даної проблематики. Якщо розглядати детальніше проблему пандемії з точки зору покупця і продавця, то можна зробити ряд припущень. Одне з них це орієнтація на покупця, який буде здійснювати покупку товару на віддалі, тобто втратиться безпосередній зв'язок між продавцем і покупцем. Багато видів бізнесу переорієнтуються на електронну комерцію, або на продаж товарів з обмеженим доступом до клієнта.

З точки зору покупця він буде переважно об'єктом впливу digital-маркетингу [1]. Кожна людина в сучасному світі в тій чи іншій мірі стає учасником процесу маркетингу, який в ті чи в іншій мірі активізується саме в інтернет площині. Щодо фірм, які будуть ловити цей тренд, то можна зазначити що вони стикнуться з ситуацією коли у клієнтів можуть виникати нестандартні запити, які можна задовольнити, якщо вчасно реагувати. Також з панікою та невизначеністю, яка ламає звичні поведінкові стереотипи та споживчі звички – для деяких підприємців це відкриває нові можливості.

Все частіше ми стаємо свідками того, як підприємства, які раніше менше звертали уваги на інтернет діяльність інтегруються в неї. Це чітко можна визначити на прикладі підприємств, які працюють в сфері послуг, а саме створено сайти на яких можна замовити і оплатити продукцію місцевих виробників (територіальних громад чи окремих сіл) і вона

буде доставлена до вказаного місця. Успішно розвивається існуючий раніше сервіс з приготування і доставки продуктів харчування на замовлення: інтернетові, телефонні тощо. Набуває популярності інтернет-консалтинг медичних працівників, страхових компаній, юристів, продавців консультантів тощо.

Згідно даних проведених досліджень тільки половина підприємців готова працювати в умовах пандемії, ще третина має змогу протриматись не більше двох, трьох місяців інша частина просто припинить підприємницьку діяльність [2]. Також є суттєвим падіння доходів компаній, яке може скласти в більшості з них до двадцяти п'яти відсотків. Деякі компанії, щоб втриматися на плаву звільняють працівників, таке звільнення може призвести до збільшення обов'язків існуючих працівників і мінімізації їхньої заробітної плати.

Щоб уникнути стрімкого падіння з точки зору маркетингу підприємствам можна рекомендувати ряд заходів, а саме провести оптимізацію сторінок компаній в соціальних мережах, це дозволить залучити клієнтів на відстані і утримати уже існуючих клієнтів. Також важливим аспектом є перегляд контент стратегій підприємства [3]. Потрібно збільшувати кількість інформації про компанію, креативний підхід в написанні рекламних текстів, можна висвітлювати діяльність компанії її повсякденне життя. Доцільним є також запуск різних акцій компаній, тренінгів, курсів які стосуються вашої діяльності в сфері надання послуг. З точки брендингу можна використати підхід, в якому буде зміна на деякий час логотипу компанії, а також промо ролики, або рекламні кампанії пов'язані з цими змінами.

Неможна також оминати увагою рекламні бюджети компаній. Відповідно до вище вказаних заходів ці бюджети піддадуться зсуву в сторону інтернет маркетингу. Тобто, якщо в минулому лєвова частка рекламних бюджетів витрачалася на різні івенти, виставки, ярмарки, то в умовах пандемії ці витрати переорієнтуються на цифрову рекламу, а також на діджиталізацію маркетингу і покращення позицій фірми в пошукових сайтах. Великою популярністю зараз користуються інтернет івенти такі як, тренінги семінари, вебінари, організація, яких є досить затратною для підприємств, установ і організації.

Підбиваючи підсумки можна сказати ,що процес пандемії, як явища і його поширення в часі важко спрогнозувати. Відповідно до цього власники бізнесу, мають вибудувати свої моделі маркетингових стратегій, таким чином, щоб утриматися на плаву а також максимізувати свій прибуток. Очевидним є те, що дані маркетингові стратегії і горизонти їх планування в часі будуть в короткостроковому, а деяких випадках середньостроковому періодах і вони постійно будуть піддаватися коригування з боку власників бізнесу.

Список використаних джерел

1. Гросул В. А., Балацька Н. Ю. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 11-2. С. 7-12.
2. Нелеп А. Д. Малий та середній бізнес в Україні в умовах пандемії.2020: Як пом'якшити удар під час кризи. С. 27.
3. Красовський О. О. Цифрові технології маркетингу для розвитку ринкового потенціалу бізнесу в умовах кризи. Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства. С. 176.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ПРИ ПРОВЕДЕННІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Бруско І. В., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

Редчиць М. В., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

В умовах сучасного ринку маркетингова інформація має істотну значимість для конкурентоспроможності підприємства. Цінність маркетингової інформації постійно зростає, що в основному обумовлюється двома факторами: по-перше, переходом від маркетингу, спрямованого на локальні ринки до глобальному маркетингу, по-друге, збільшенням рівня комунікаційних бар'єрів. При таких умовах великого значення набуває побудова ефективної маркетингової інформаційної системи, чого можна досягти, використовуючи тільки найсучасніші канали комунікації, такі як Інтернет.

Метою дослідження є обґрунтування ефективності і виявлення способів використання мережі Інтернет при проведенні маркетингових досліджень.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розкрити переваги використання мережі Інтернет при проведенні маркетингових досліджень;
- виділити найбільш поширені методи збору маркетингової інформації в мережі Інтернет.

Дослідження ефективності використання мережі Інтернет при проведенні маркетингових досліджень проводилося з використанням таких методів: метод системного підходу, методи синтезу та аналізу і метод наукової абстракції.

Основою сучасного маркетингу є процес регулярного збору, аналізу та оцінки інформації з метою використання отриманих результатів для ефективного управління діяльністю підприємства. За допомогою систематизації цього процесу формується маркетингова інформаційна система. Маркетингова інформаційна система – це система заходів, спрямованих на збирання, сортування, аналіз і подання маркетингової інформації для використання її при прийнятті маркетингових рішень [1].

Сучасна інформаційна технологія Інтернет істотно впливає на реалізацію можливостей і функцій маркетингової інформаційної системи з деяких причин. По-перше, на сьогоднішній день Інтернет є найоб'ємнішим сховищем інформації в світі. Отже, його необхідно використовувати як джерело вторинної маркетингової інформації при проведенні маркетингових досліджень.

По-друге, сучасні інформаційні технології, такі як хмарні сховища і віддалені мережі, дозволяють не тільки зберігати маркетингові дані, але і здійснювати доступ в будь-якій точці світу і з будь-якого пристрою, будь то офісний комп'ютер, персональний ноутбук, смартфон або планшет. Єдина умова для цього – наявність доступу в Інтернет. Таким чином, маркетингологи або інші особи, які потребують термінового доступу до маркетингової інформації, можуть отримати його, перебуваючи поза робочим місцем, наприклад, у відрядженні або на діловій зустрічі.

По-третє, використання різних онлайн-сервісів, таких як соціальні мережі, в як майданчик для проведення первинних маркетингових досліджень має ряд переваг:

- респонденти самостійно об'єднуються в соціальні групи, оскільки мають схожі смаки, уподобання, професійні або соціально-економічні особливості;
- відсутня необхідність мати особистий контакт з респондентами, тим самим вибірка може охопити респондентів, що живуть в різних містах;
- респонденти, які беруть участь в маркетингових дослідженнях в соціальних мережах, часто більш відкриті і чесні, так як знаходяться під час дослідження в звичній для них обстановці і не відчують дискомфорту від особистісного спілкування [2].

Що стосується використання Інтернету при проведенні маркетингових досліджень, то тут насамперед маються на увазі пошукові засоби і каталоги Інтернету; моніторинг ринків і аналіз діяльності конкурентів шляхом відвідування їх серверів, отримання інформації про зв'язки з їх партнерами; проведення опитувань відвідувачів власного сервера з різних аспектів маркетингу (тестування реклами, інших методів просування марки продукту, тестування концепції нового продукту і самого нового продукту та ін.); дослідження результатів телеконференцій; використання даних опитувань, проведених на інших серверах; пошук клієнтів і партнерів.

При дослідженні ринку можна дізнатися, хто відвідує сервер компанії; використовувати різноманітну вторинну інформацію з Інтернету.

При проведенні маркетингових досліджень в мережі Інтернет застосовуються різні методи збору маркетингових даних. Загальнодоступні технології пошуку інформації в мережі Інтернет, які отримали назва «пошукові системи», дозволяють за заданими маркетологами запитами досить швидко і просто збирати великий обсяг вторинної маркетингової інформації. Що стосується проведення первинних маркетингових досліджень, то найбільш широкого поширення набули методи спостереження і інтернет-опитування [3]. Предметом спостереження маркетингових досліджень в Інтернеті найчастіше є поведінка і дії споживачів в певних умовах. Найпоширенішим способом збору маркетингових даних з допомогою методу спостереження є використання аналітичних онлайн сервісів відвідуваності інтернет-ресурсів. Дані сервіси дозволяють отримати велику кількість даних, не провокуючи суб'єкт дослідження на невласливі для нього дії.

Користуючись Інтернетом, співробітники маркетингових служб мають можливість: швидко змінювати асортимент, опис продуктів і їх ціни; економити на витратах (відсутні витрати на забезпечення функціонування магазину, на використання звичайних методів поштової розсилки, видання каталогів і т.п.); легше здійснювати контакти з потенційними споживачами, посилаючи їм інформацію (наприклад, роз'яснювального або рекламного характеру) і отримуючи від них відповіді; підраховувати число людей, що відвідали сайт організації і окремі його частини.

Але варто відзначити також наступні обмеження Інтернету [4]:

- практично неможливо створити гнучкий і живучий сайт, ведення бізнесу в Інтернеті вимагає великих витрат;
- відвідуваність не окупує витрати на продаж товарів і послуг;
- більшість сайтів є безкоштовними, і тому рекламні агентства не хочуть на них з'являтися;
- досвід багатьох компаній свідчить, що немає суворої кореляції між рекламою в ЗМІ і збільшенням числа відвідувань на Інтернет-сторінці. До збільшення відвідуваності веде поєднання реклами в Інтернеті з високою якістю обслуговування.
- в Інтернеті можна продавати переважно товари, які не вимагають попередньої перевірки і примірки;

- через перевантаженість каналів інформація в них поширюється надзвичайно повільно.

Таким чином, при розширенні використання Інтернету при проведенні маркетингових досліджень, безумовно, треба враховувати як з'являються нові можливості, так і специфіку продукту і його споживачів, брати до уваги наявні в даній сфері труднощі і проблеми.

Список використаних джерел

1. Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2015 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2016. № 1–2. С. 19–33. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mvu_2016_1-2_7.
2. Маркетингові дослідження через Інтернет – інновація для України?. Сайт Києво-Могилянської бізнес школи. URL: <http://innovations.com.ua>.
3. Advantages and disadvantages of internet marketing research. Polish scientific journals database. 2001. URL: <http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-388f50c2-7e04-438f-b8ff-84f21378d79a> (Accessed 26 June 2017).
4. Арестенко В. В. Маркетингові дослідження: сутність, стан та перспективи розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 2. С. 290–296. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_2_43.

УДК 339.138:659.1

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Варганова О. В., д.е.н., професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Черкаський державний технологічний університет

Зубенко О. М., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

Актуальність теми дослідження обґрунтована швидкістю та характером змін у бізнес-середовищі, що відбувається в усьому світі й в Україні. Україна є промислово розвиненою країною, провідним завданням якої є модернізація вітчизняного виробництва та підвищення міжнародної конкурентоспроможності на глобальних ринках промислової продукції. Це зумовлює необхідність формування і впровадження сучасних маркетингових стратегій, спрямованих на стимулювання просування продукту як на внутрішніх, так і на зарубіжних ринках, у тому числі завдяки маркетинговим Інтернет-технологіям просування товарів і послуг.

Сучасні маркетингові стратегії спрямовані на ефективну реалізацію маркетингових цілей підприємств, зокрема, управління маркетинговою діяльністю підприємств з метою збільшення вимірності її результатів і підвищення ролі маркетингу у формуванні доходів підприємства і зростання її вартості. Питання стратегічного маркетингу та формування стратегій висвітлено у працях багатьох іноземних відомих авторів, таких як І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Мак-Дональд, Ж.-Ж. Ламбен, а також у працях вітчизняних авторів Н. В. Куденко, А. О. Старостиної, І. Л. Решетнікової та інших науковців. Проте і на сьогодні не існує системної класифікації маркетингових стратегій підприємства. Класифікація стратегій необхідна для полегшення вибору стратегії окремого підприємства. А певний тип стратегій має виявити алгоритм поведінки підприємства в ситуації, що склалася. Це дозволяє оптимізувати фінансову частину проблеми – скоротити витрати на планування і впровадження стратегії, адаптуючи запропонований алгоритм до внутрішніх особливостей

підприємства. Невідповідна маркетингова стратегія не дозволяє підприємству досягти запланованих фінансових показників. Через це з'являється необхідність в розробці чіткої маркетингової стратегії підприємства, яка передбачала і відповідає б умовам ринку і внутрішньої складової організації. Без планомірного і обґрунтованого процесу формування маркетингової стратегії жодне підприємство не може обійтися.

За визначенням Ф. Котлера, маркетингова стратегія є логічна схема маркетингових заходів, за допомогою якої підприємство бажає виконати свої маркетингові завдання. Вона складається з окремих стратегій для: цільових ринків; позиціонування; маркетингового комплексу і рівня витрат на маркетингові заходи. Уточнити сегменти ринку, на яких компанія планує зосередити свої зусилля – саме такою є ціль маркетингової стратегії [1].

За Г. Мінцбергом виділяють п'ять видів стратегії [2]: стратегія як план – свідомий стратегічний процес, який підкреслює логічну та структурну послідовність подій; стратегія як хитрість – являє собою специфічну програму, тактику чи маневр для того, щоб випередити конкурентів; стратегія як модель під нею можна розуміти певну послідовність в поведінці, їй можна знайти раціоналістичне пояснення; стратегія як позиція – відноситься до вибору позиціонування організації в межах відповідної галузі господарства, в найвищому стратегічному контексті позиціонування представляє собою рівновагу між організацією та тим середовищем, де вона веде господарчу діяльність; стратегія як перспектива – тут мова йде про перспективу з позицій компанії чи корпоративне уявлення про навколишнє середовище, в такому вигляді стратегія може виникати з певного набору нематеріальних цінностей компанії, підходів, корпоративного духу та поглядів.

Основні елементи маркетингової стратегії, на думку різних вчених, наведено у табл. 1.

Підприємство змінює стратегію, якщо: протягом достатньо довгого часу вона не забезпечує досягнення 13 задовільних показників; конкуренти різко змінили свою стратегію; змінилися інші зовнішні фактори для діяльності підприємства; відкрилися перспективи для прийняття заходів, що в змозі значно підвищити прибутки підприємства; змінилися чи виникли нові переваги покупців чи намітились тенденції до можливих змін в цій галузі; поставлені в стратегії задачі вже вирішені та виконані.

Таблиця 1 – Основні елементи маркетингової стратегії

Ж.-Ж. Ламбен	Ф. Котлер	Н. В. Куденко
1. Визначення одного чи декількох цільових сегментів	1. Цільовий ринок	Вхідні елементи:
2. Обране позиціонування відносно пріоритетних конкурентів	2. Позиціонування	1. Маркетингові цілі
3. Вимоги до гами товарів	3. Виробництво	2. Зовнішнє середовище
4. Канали збуту	4. Ціна	3. Маркетингові фактори
5. Ціни та умови продажу	5. Канали розподілу	Вихідні елементи:
6. Торговельний персонал, його завдання й організація	6. Збут	4. Товар
7. Реклама та стимулювання збуту	7. Обслуговування	5. Ціна
8. Обслуговування після продажу	8. Реклама	6. Збут
9. Дослідження ринків	9. Стимулювання збуту	7. Просування Фірма змінює стратегію, якщо

Джерело: систематизовано автором за [1,3,4]

Залежно від стану ринкового попиту існують такі види стратегій: стратегія стимулюючого маркетингу; стратегія синхромаркетингу; стратегія підтримуючого маркетингу; стратегія ремаркетингу; стратегія демаркетингу.

За відсутності попиту застосовується стратегія стимулюючого маркетингу – коли товар сприймається як такий, що не має споживчої цінності, ринок не підготовлений до появи такого продукту або непотрібний для місцевих умов.

Для ринку, який характеризується сезонними коливаннями застосовується стратегія синхромаркетингу. Привести стан попиту у відповідність до виробничих можливостей і ритму випуску продукції (послуги) – саме таке завдання такої стратегії.

Коли стан попиту повністю задовольняє компанію та відповідає її виробничим можливостям і маркетинговій програмі (повний попит) – застосовується стратегія підтримуючого маркетингу. Передбачити і своєчасно застосувати заходи щодо підтримки попиту на потрібному рівні – саме такою є мета цієї стратегії

При падінні попиту, застосовується стратегія ремаркетингу. Діапазон практичних дій може варіювати від внесення змін до цінової, збутової чи комунікаційної політики що дасть можливість продовження життєвого циклу товару або за рахунок виходу на новий ринок.

Коли попит значно перевищує пропозицію, тоді доцільно застосовувати стратегію демаркетингу (припинення стимулювання збуту, перегляд рекламної кампанії, цінової політики).

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг XXI века. СПб.: Издательский дом «Нева», 2005. 432 с.
2. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. 2012. Альпина Паблишер. 368 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2005. 800 с.
4. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг. Навч. посібник. Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ, 2006. 152 с.

УДК 339.92

ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Варганова О. В., д.е.н., професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу

Черкаський державний технологічний університет

Кушнір О. І., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

Запорукою забезпечення конкурентоспроможності підприємства та їх ефективного функціонування в умовах конкуренції на споживчих ринках і зростання вимог до поліпшення якості сервісу є впровадження спеціалізованих систем управління взаємодією зі своїми клієнтами (CRM-системи). Рутинна робота відділу продажів без впровадження CRM-систем зазвичай здійснюється у звичному режимі роботи менеджерів: менеджери контролюють фіксацію дзвінків, інших видів взаємодії з клієнтами на власний розсуд, а саме на папері, Excel таблицях. Інші підприємства вважають взагалі не за потрібне фіксувати процес своїх дій на протязі робочого дня. Вхідні дзвінки або заявки з сайту від нових замовників також можуть не фіксуватися, що породжує організаційні складнощі та сильно

знижують ефективність організації роботи з клієнтами. В результаті реальний облік ведеться тільки на рівні оплачених замовлень та відвантаження товару. А наскільки ефективно працює відділ продажів, відпрацьовуються чи всі вхідні «Ліди». Можливо проводиться якась робота з вже наявними контактами, визначити виявляється неможливо [1].

Крім того, в разі звільнення або хвороби співробітника, все його незакінчені переговори і необроблені контакти компанія може втратити, що також вкрай небажано для ефективної роботи відділу продажів. Вихід з цієї ситуації – автоматизація та стандартизація управління відносин з клієнтами на основі імплементації CRM-систем.

Управління відносинами з клієнтами (англ. Customer relationship management (CRM)) охоплює такі види діяльності, які використовуються підприємствами для управління відносинами зі споживачами, включаючи збирання, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації і взаємовідносини з ними. Сучасні CRM-системи спрямовані на дослідження ринку та потреб клієнтів. На основі цих знань розробляються нові товари та послуги. Підприємство досягає поставлених цілей та покращує фінансові показники своєї діяльності.

Програмне забезпечення класу CRM – це одне з найпопулярніших рішень для бізнесу не лише в Україні, але і у світі. Оскільки, сьогодні на ринку програмного забезпечення представлений широкий вибір IT-рішень для управління різними сферами бізнесу, то особливої актуальності набувають питання зваженого вибору інформаційних систем (ІС) різних підходів [2].

Сучасний ринок пропонує нам безмежно широкі можливості для вибору товарів або послуг. У поштову скриньку регулярно приходять повідомлення про акції і знижки, на телефон надходять інформаційні дзвінки з пропозиціями скористатися послугами того або іншого підприємства, в Інтернеті регулярно з'являється реклама з пропозицією купити товар. Проблема в тому, що всі товари і послуги зараз в цілому приблизно однакові. Істотні відмінності знайти досить важко, і часто вони зовсім не хвилюють клієнта. Конкурентна боротьба в таких умовах стає особливо гострою. Залучення нових клієнтів стає для підприємства дуже вартісним завданням, а після того, як вони залучені, їх потрібно ще й утримати. Потрібно заслугувати довіру клієнта і вибудувати з ним успішні і довгострокові відносини, або зробити так, щоб він як мінімум не залишився незадоволеним після звернення до підприємства або здійснення покупки. Один незадоволений клієнт може позбавити підприємство ще десятка потенційних клієнтів [3].

Як же вибудувати довірливі довгострокові стосунки з клієнтом? Як утримати його і не дати піти до конкурентів? Як мотивувати його до повторної покупки? Вирішити ці та інші питання допоможе впровадження CRM-систем. Слід зазначити, що само по собі впровадження CRM-систем не стане чарівною паличкою, за помахом якої клієнти відразу стануть задоволеними і відданими вашого підприємства в цілому або продукту зокрема. CRM – це інструмент, майстерністю володіння яким потрібно оволодіти. Якщо говорити про сучасні CRM-системи, то це насамперед набір інструментів, який допомагає бізнесу вибудувати відносини з клієнтами.

CRM – це концепція ведення бізнесу, спрямована на знання свого клієнта, встановлення з клієнтом успішних відносин і підвищення якості обслуговування клієнтів, що в підсумку повинно привести до підвищення конкурентоспроможності підприємства, збільшення прибутку і оптимізації його діяльності в цілому. Крім функціоналу збору, зберігання і обробки інформації сучасні CRM-системи дозволяють автоматизувати рутинні процеси на підприємстві, наприклад, автоматично формувати документи, ґрунтуючись на даних з CRM (комерційні пропозиції, договори, рахунки, акти), планувати дзвінки і зустрічі, відправляти E-mail і СМС-повідомлення. Крім цих функцій CRM-система дозволяє

стандартизувати роботу співробітників з клієнтами і робить її прозорою для керівника. Стандартизація роботи передбачає створення регламенту роботи в CRM. Заповнення всієї необхідної інформації про клієнта здійснюється за єдиними правилами [4].

Телефонний зв'язок із клієнтом здійснюється з корпоративних номерів, відправка листів – з корпоративної пошти, використовується єдиний вид документів. При відсутності CRM-системи, кожен співробітник веде свою клієнтську базу відповідно до внутрішніх регламентів підприємства. Вона може зберігатися у вигляді номерів в телефоні, в блокнотах, або в таблицях, справи плануються в щоденнику. Ефективність таких способів ведення клієнтської бази залежить лише від ефективності та організованості самого співробітника, якщо він дійсно після звернення клієнта занесе його в свою базу, не забуде відправити йому пропозицію і передзвонить йому[5].

Впровадження і використання CRM-систем має ґрунтуватися на стандартизації процесів маркетингових комунікацій, виходячи з особливостей звернення кожного конкретного клієнта. В сучасних CRM-системах, будь-яке звернення клієнта, будь то вхідний дзвінок, новий лист на E-mail, повідомлення в соціальних мережах, заповнення форми зворотного зв'язку на сайті підприємства – автоматично реєструється в системі, і вимагає подальшої обробки. Співробітник відділу продажів повинен відповісти на звернення і обробити його. Виявити потребу клієнта, занести інформацію в базу і почати готувати пропозицію задовольняє запит клієнта.

Отже, впровадження CRM-систем на підприємства веде до збільшення ефективності роботи відділу продажів, а також автоматизації та стандартизації управління відносин з клієнтами на основі імплементації CRM-систем.

Список використаних джерел

1. Ускенбаева Р. К, Булегенов Д.А. CRM-система як необхідний компонент успішного бізнесу. *Молодий вчений*. 2016. № 10 (114). С. 101-105. URL: <https://moluch.ru/archive/114/30286/>.
2. Trunina I, Vartanova O, Sushchenko O, Onyshchenko O. Implementation of the ERP system as a condition for information security and transformation of accounting systems. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vo. 7. No. 4.3. Special is. 3. С. 530-536. URL: <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19928>
3. Rodionov S. Theoretical aspects of development of customer relationship management systems as a direction of improving the marketing activity for machine-building enterprises. *Бізнес-Інформ*. 2015. №10. С. 230- 242.
4. Rodionov S. Theoretical aspects of development of customer relationship management systems as a direction of improving the marketing activity for machine-building enterprises. *Бізнес-Інформ*. 2015. №10. С. 230- 242.
5. Вартанова О.В. Маркетингові Інтернет-технології просування товарів і послуг. *Східна Європа економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4(21). С. 158-163. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/21-2019-ukr>

УДК: 84.314.33.3

УПРАВЛІННЯ КОМАНДОЮ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ващенко В. В., к.е.н., викладач кафедри менеджменту невиробничої сфери
Донецький державний університет управління

Головними задачами системи управління командою проекту у сучасних умовах є: визначення загальної стратегії формування команди проекту; планування набору персоналу; відбір та оцінка персоналу; підвищення кваліфікації та перепідготовка персоналу команди проекту; управління кар'єрою; ефективна організація робіт, забезпечення умов праці та соціальних умов; управління заробітною платою та витратами на персонал. Слід відмітити, що інвестори вважають ефективне управління командою проекту, головним фактором успіху реалізації проекту. Основна мета управління персоналом проекту полягає у забезпеченні досягнення ефективної реалізації проекту [1].

Однією з важливих функцій управління персоналом проекту є підбір та оцінка персоналу.

Методи оцінки персоналу поділяються на:

- прогностичний;
- практичний;
- імітаційний.

Прогностичний метод заснований на використанні анкетних даних, характеристик, рекомендацій, врахуванні думки членів колективу, вищих менеджерів.

Практичний метод передбачає перевірку працівника на конкретному робочому місці, що дозволяє оцінити результати його діяльності. Для реалізації цього методу використовуються пробні переміщення працівників.

Імітаційний метод – це експертна оцінка ділових та особистісних якостей на основі розв'язання імітаційної задачі.

Можна виділити два підходи до прийняття персоналу проекту з боку замовника або інвестора:

- персонал як витрати;
- персонал як ресурс.

Під час організації діяльності персоналу команди необхідно враховувати наступну специфіку людських ресурсів:

- в управлінні людьми пріоритет надається психологічним факторам, мотивації та стимулюванню діяльності;
- реакція людей на управлінські рішення емоційна;
- людські ресурси здатні до постійного розвитку;
- процес взаємодії між організацією та людським ресурсом є двостороннім;
- людська діяльність потребує мотивації, цілеспрямованості та самореалізації;
- ефективність використання людських ресурсів при неправильній організації знижується швидше ніж ефективність інших ресурсів;
- вкладення в людський ресурс дають набагато більший ефект ніж вкладення в інші види ресурсів.

Таким чином система управління командою не буде працювати ефективно, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації. Позитивним підходом до мотивації проектної команди є наступне [2]:

- Встановлення набору індивідуальних факторів мотивації.
- Позитивний клімат в команді.
- Можливість реалізації творчого потенціалу [3].
- Чітке визначення цілей в роботі.
- Винагорода за внесок в спільний результат.
- Однакові можливості розвитку кар'єри.

Список використаних джерел

1. Оленіч А. В., Шацька З. Я. Формування і розвиток проектної команди в сучасних умовах. *Економіка та управління підприємствами*. 2012. №10. С. 136–142.
2. Шафранська Т. Ю. Проектний менеджмент як специфічна галузь управління. URL: http://www.rusnauka.com/10_DN_2014/Economics/10_165298.doc.htm.
3. Маковій О. П. Особливості формування проектної команди URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIV_2013/Economics/6_131678.doc.htm.

УДК 351.77

ПОБУДОВА ПАЦІЄНТ-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ – ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ РЕФОРМИ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Горбик Л. В., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Черкаський державний технологічний університет

Реформа фінансування медичної допомоги, як було зазначено вище, побудована за принципом «гроші пішли за пацієнтом», і пацієнт опинився в центрі уваги. Як наслідок, перед медичними закладами постало завдання налагодити процес надання медичних послуг, орієнтованих на потреби й побажання пацієнта [1]. Дана проблема набуває особливої уваги для організації діяльності сучасних закладів надання медичної допомоги, оскільки фінансування і діяльність закладу безпосередньо залежать від того, чи задоволений пацієнт наданою послугою, чи захоче він повернутися до сімейного лікаря. Це, в свою чергу, потребує зміни філософії функціонування медичного закладу, використання ринкових, маркетингових заходів та інструментів в своїй діяльності.

Треба зазначити, що уперше пацієнт-орієнтовану (пацієнт-центровану) модель надання медичної допомоги було описано Інститутом Пікера у 80-х роках ХХ століття на основі зібраних даних аналізу численних фокусгруп і телефонних інтерв'ю з пацієнтами та їхніми родинами щодо їхнього досвіду отримання медичних послуг [1].

Ключовими концептами пацієнт-орієнтованості було визначено наступні:

- гідність і повага;
- обмін інформацією;
- залученість;
- співпраця [1]

Пацієнт-орієнтована модель включає вісім принципів, описаних нижче (рис. 1).

Зрозуміло, що зазначені зміни в центрі первинної медико-санітарної допомоги не можливо забезпечити в один момент, оскільки вони базуються на ринкових механізмах, на розумінні того, що на сьогодні за допомогою нових механізмів фінансування в медичній сфері виникла конкуренція серед надавачів послуг. Відповідно, це вимагає від будь-якого медичного закладу осмислення цього питання та пошуку більш ефективних методів надання послуг. В той же час, існує низка труднощів в основному пов'язаних з кадровими питаннями.

Безсумнівно, медичному персоналу, який працював тривалий час за «старими» правилами, досить важко перелаштовуватися під нові умови. Крім цього, у більшості з них недостатньо знань і досвіду в питаннях, пов'язаних з бізнесом та маркетингом.

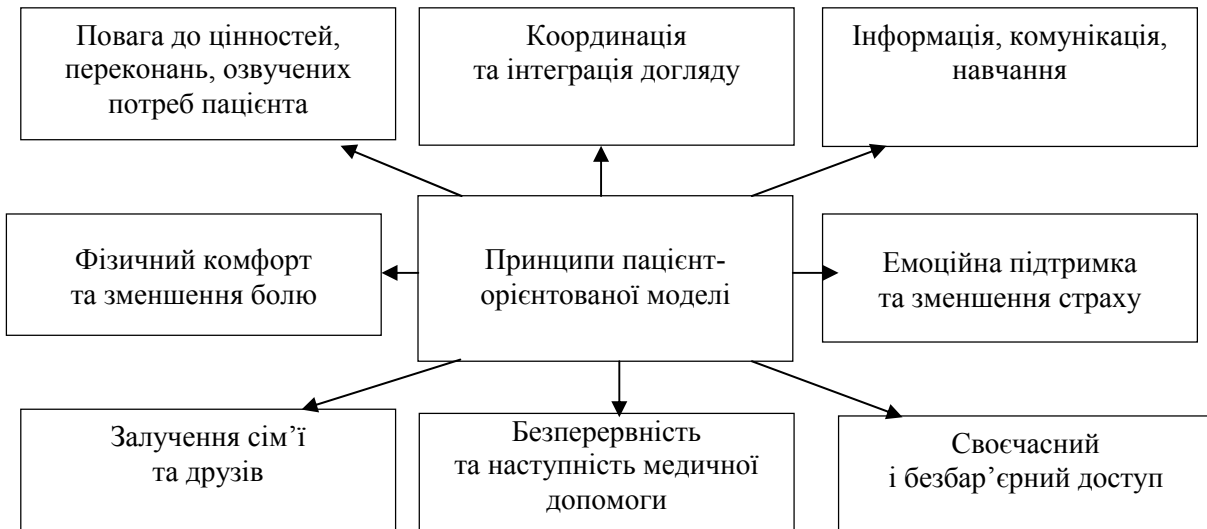


Рисунок 1 – Принципи пацієнт-орієнтованої допомоги

Джерело: [1]

Успішність реформ залежить саме від тих людей, які їх впроваджують. Відсутність бажання, мотивації, знань і необхідних компетенцій у таких людей, може призвести до зниження ефективності процесу реформування, а іноді і звести все нанівець. В зв'язку з цим, необхідним елементом в системі реформування охорони здоров'я є саме посилення людського потенціалу, і в тому числі, в напрямку побудови пацієнт-орієнтованої моделі. На нашу думку, Міністерство охорони здоров'я (з обов'язковим залученням міжнародних тренерів та експертів) повинно розробити та впровадити тренінгову програму для керівників закладів та інших категорій персоналу з метою оволодіння ними основних знань в цьому напрямку, а також створити потужну консультативну підтримку закладів ПМСД з цих питань.

На сьогодні допомогу в даній сфері медичні заклади знову отримали від міжнародних партнерів. Так, зокрема Проект USAID «Підтримка реформи охорони здоров'я» наприкінці 2018 року оголосив конкурс на участь у грантовій програмі з розвитку центрів передового досвіду. Було відібрано 15 центрів ПМД з різних регіонів України, які за технічної підтримки Проекту впродовж 2019 року опановували нові знання з управління і надання послуг. Сфери, в яких розвивалися центри передового досвіду: стратегічне планування діяльності закладу; розвиток пацієнт-орієнтованості й налагодження сервісу; побудова системи управління якістю; впровадження нових підходів до менеджменту; забезпечення фінансової стійкості; ефективна зовнішня комунікація та маркетинг; розвиток навичок для ефективного обміну досвідом [1].

Ще раз хочемо наголосити, що такого типу навчання повинні бути запроваджені Міністерством охорони здоров'я та поширені на всі заклади ПМД, щоб забезпечити рівні початкові умови розвитку для всіх, а не окремих закладів охорони здоров'я.

Список використаних джерел

1. Центри передового досвіду первинної медичної допомоги. Посібник/ Проект USAID «Підтримка реформи охорони здоров'я». Київ, 2020. URL: http://healthreform.in.ua/wp-content/uploads/2020/02/COEs-manual_for-PHC-web.pdf

ЧЕТВЕРТА ПРОМИСЛОВА РЕВОЛЮЦІЯ ТА СТАН ГОТОВНОСТІ ДО НЕЇ УКРАЇНИ

Григор О. О., д.політ.наук, ректор

Черкаський державний технологічний університет

Огородніков В. Ю., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Черкаський державний технологічний університет

Цифрові технології на сьогодні відкривають унікальні можливості для розвитку економіки будь-якої країни та підвищення якості життя їх громадян. В зв'язку з цим, на сьогодні світові лідери зосередилися на підготовці своїх країн до «Четвертої індустріальної революції» (Індустрія 4.0), яка приходить швидкими темпами на зміну третій, яка розпочалася в другій половині минулого століття і характеризувалася розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизацією та роботизацією виробничих процесів.

Як писав Клаус Шваб, засновник та виконавчий голова Світової економіки з нагоди Давосу-2016, «в міру того як фізичний, цифровий та біологічний світи продовжують зближуватися, нові технології та платформи все більше дозволять громадянам взаємодіяти з урядами, висловлювати свою думку, координувати свої зусилля і навіть обходити нагляд державних органів влади» [1].

Звичайно, що четверта промислова революція насамперед охоплює промисловість та її сутність полягає в тому, щоб усі фізичні активи організацій і підприємств були інтегровані в уніфіковану цифрову систему.

За прогнозами Всесвітнього Економічного Форуму, більшість технологій Четвертої революції стане повсякденністю вже в 2027 році [2].

Один з основних результатів запровадження четвертої промислової революції – це значне підвищення конкурентоспроможності країни, а отже рівня та якості життя її населення.

Треба зазначити, що процес переходу до зазначеного типу революції вже розпочався і зупинити його практично неможливо. І позитивні моменти з одного боку, можуть призвести до негативних моментів з іншого боку. Зокрема, це може стосуватися підвищення рівня безробіття за рахунок повної автоматизації та роботизації виробництва, зростання нерівності в доходах високкваліфікованого та низькокваліфікованого персоналу, ще більшого відставання бідних країн від багатих. Крім цього, це може негативно вплинути на розвиток окремої особистості, зокрема зробити її більш «оцифрованою», що спровокує її відчуженість від зовнішнього світу.

В зв'язку з цим, кожна держава повинна підготуватися, до четвертої промислової революції, щоб зменшити небажані наслідки [3].

Насправді, готовими до майбутнього виробництва виявилися не так багато країн. Це показало дослідження «Readiness for the Future of Production Report 2018» [4], під час якого було оцінено 100 країн за низкою комплексних показників: структурою промисловості (комплексність та масштабність) та драйверами промисловості (рис. 1)

За допомогою показник технології та інновації оцінюється те, якою мірою країна має розвинену, безпечну і підключену інфраструктуру ІКТ для підтримки впровадження нових технологій у виробництво. Також вимірює здатність країни стимулювати інновації та комерціалізувати інновації, які можуть бути застосовані у виробництві.

Людський капітал оцінює здатність країни реагувати на зрушення на виробничому ринку праці, викликані Четвертою промисловою революцією, розглядаючи як поточні можливості робочої сили, так і довгострокову здатність розвивати потрібні навички і таланти для майбутньої роботи.



Рисунок 1 – Драйвери промисловості

Джерело: [4]

Глобальна торгівля та інвестиції: оцінюється участь країни в міжнародній торгівлі для полегшення обміну продуктами, знаннями і технологіями, а також для встановлення глобальних зв'язків. Також даний показник вимірює наявність фінансових ресурсів для інвестування в розвиток виробництва, а також якість інфраструктури, що дозволяє здійснювати діяльність, пов'язану з виробництвом.

Оцінка інституційної структури полягає у виявленні того, наскільки ефективні державні інститути, правила і нормативні акти сприяють технологічному розвитку, новим підприємствам і передовому виробництву.

Сталі ресурси: оцінюється вплив виробництва на навколишнє середовище, включаючи використання країною природних ресурсів і альтернативних джерел енергії.

Стан попиту: оцінює доступ країни до іноземного та місцевого попиту для масштабного виробництва. Також вимірює рівень складності споживчої бази, оскільки це може стимулювати різноманітну галузеву діяльність і нові продукти.

Результати проведеного дослідження показали, що лише 25 країн світу готові до Четвертої промислової революції і можуть використати всі її переваги: Австрія, Бельгія, Канада, Китай, Чеська Республіка, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Ірландія, Ізраїль, Італія, Японія, Південна Корея, Малайзія, Нідерланди, Польща, Сінгапур, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Великобританія та США [4].

Україна належить до країн, що зароджуються, тобто до країн, які мають слабкі поточні позиції щодо структури виробництва та у яких відсутній потенціал подальшого розвитку. Рейтинг України складає 43 місце за структурою промисловості та 67 місце за інтегральним показником – драйвери промисловості (табл. 1).

Таблиця 1 – Готовність України до Четвертої промислової революції

Показник	Вага	Місце	Оцінка/10
Драйвери промисловості			4,5
Технології та інновації	20%	74	3,5
Людський капітал	20%	34	5,8
Міжнародна торгівля та інвестиції	20%	59	5,1
Інституційні рамки	20%	94	3,4
Сталі ресурси	5%	88	4,6
Стан попиту	15%	58	4,5
Структура промисловості			5,2
Комплексність	60%	41	6,0
Масштабність	40%	57	3,9

Джерело: [4]

Як бачимо, найбільш проблемним в Україні є розвиток технологій та інновацій, а також низька ефективність державних структур, що вимагає активізації країни в цьому напрямку.

Список використаних джерел

1. The state of digital transformation in government and the public sector. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digital-transformation-government-public-sector/>.
2. Індустрія 4.0. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/industry-4>.
3. Промислова революція 4.0. На порозі нової епохи. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/web/3802445-promyslova-revoluitsiia-40-na-porozi-novoi-epokhy>.
4. Readiness for the Future of Production. Report 2018. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf.

УДК 331.2

ПІДХОДИ ДО ОПЛАТИ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

Гришина А. В., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Черкаський державний технологічний університет

Питання заробітної плати працівникам освіти не втрачає своєї актуальності протягом років. Оплата праці включає в себе такі складові, як ЄТС (Єдина тарифна сітка), доплата за вислугу років, надбавка за складність та напруженість у роботі, премії до святкових дат тощо.

Тарифна сітка, або ЄТС, за визначенням юридичної енциклопедії, «шкала (схема), за якою здійснюється оплата праці залежно від її складності та кваліфікації працівників і за якою більш кваліфікована праця має забезпечуватися вищою оплатою» [2]. Згідно з останньою постановою Кабінету Міністрів України, «1) посадовий оклад (тарифна ставка) працівника 1-го тарифного розряду за ЄТС у розмірі 2225 грн; 2) нові розміри посадових

окладів працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери за усіма тарифними розрядами» [1].

Отже, з 1 вересня 2020 року, постанова набрала чинності для працівників бюджетних галузей. Розміри посадових окладів (тарифних ставок), які встановлені штатним розписом, виглядають таким чином: 1 тарифний розряд – 2225 грн.; 2 тарифний розряд – 2425 грн.; 3 тарифний розряд – 2626 грн.; 4 тарифний розряд – 2826 грн.; 5 тарифний розряд – 3026 грн.; 6 тарифний розряд – 3226 грн.; 7 тарифний розряд – 3427 грн.; 8 тарифний розряд – 3649 грн.; 9 тарифний розряд – 3849 грн.; 10 тарифний розряд – 4050 грн.; 11 тарифний розряд – 4383 грн.; 12 тарифний розряд – 4717 грн.; 13 тарифний розряд – 5051 грн.; 14 тарифний розряд – 5385 грн.; 15 тарифний розряд – 5741 грн.; 16 тарифний розряд – 6208 грн.; 17 тарифний розряд – 6675 грн.; 18 тарифний розряд – 7142 грн.; 19 тарифний розряд – 7610 грн.; 20 тарифний розряд – 8099 грн.; 21 тарифний розряд – 8566 грн.; 22 тарифний розряд – 9034 грн.; 23 тарифний розряд – 9501 грн.; 24 тарифний розряд – 9701 грн.; 25 тарифний розряд – 10035 грн.

Слід зазначити, що такі важливі елементи заробітної плати, як доплата за вислугу років, надбавка за складність та напруженість у роботі, премії до святкових дат, є частиною колективного договору. Колективним договором є угода-партнерство між працівником і установою, яке укладається на підставі чинного законодавства. Передбачені й інші умови, які повинні забезпечувати соціальні гарантії працівників. Наведені вище доплати нараховуються згідно наказу по установі та варіюються.

Нижче наведемо приклад до нарахування оплати праці педагогічного працівника та непедагогічного працівника освітнього закладу (табл. 1).

Таблиця 1 – Розрахунки оплати праці педагогічного та непедагогічного працівника

Учитель першої категорії	Головний бухгалтер бюджетної установи
<p>Оклад – 5556,10 грн. (13 тарифний розряд та посадовий оклад з урахуванням підвищення окладів +10 %).</p> <p>Виконані по нормі навантаження 18 год (за тиждень).</p> <p>Стаж роботи – 5 років.</p> <p>За вересень 2020 року повністю вичитано $18 \times 4 = 72$ год.</p> <p>Нараховано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за окладом – 5556,10 грн; - за стаж – $5556,10 \times 0,1 = 555,61$ грн; - за престижність – $5556,10 \times 0,2 = 1111,22$ грн; - за перевірку письмових робіт - $5556,10 \times 0,2 = 1111,22$ грн. <p>Всього маємо: $5556,10 + 555,61 + 1111,22 + 1111,22 = 8334,15$ грн. (всього нарахувань).</p> <p>Чистий дохід складатиме 6708,99 грн.</p>	<p>Оклад – 5051 грн. (13 тарифний розряд).</p> <p>Відпрацьовані всі робочі дні за вересень 2020 року.</p> <p>Нараховано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - за окладом – 5051 грн.; - за складність та напруженість (40 % від посадового окладу) – 2020,40 грн.; - премія (40% від пос.ок.) – 2020,40 грн. <p>Всього маємо: $5051 + 2020,40 + 2020,40 = 9091,80$ грн. (всього нарахувань).</p> <p>З цієї суми відраховуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - військовий збір (1,5 %) – 136,38 грн.; - податок на дохід (18 %) – 1636,52 грн.; - профспілкові внески (1 %) – 90,92 грн. <p>Відрахування складатимуть: $136,38 + 1636,52 + 90,92 = 1863,82$ грн.</p> <p>Чистий дохід складатиме 7227,98 грн.</p>

З розрахунків можемо зробити висновок, що оплата праці фахівців залежить від умов праці, але у будь-якому разі рівень заробітної плати є дуже низьким як у педагогічного так і непедагогічного працівника, що відповідно впливає на рівень їх мотивації. На сьогодні виникла значна проблема щодо залучення висококласного спеціаліста, зокрема, і бухгалтера,

до закладів та установ бюджетної сфери, оскільки приватний сектор пропонує значно вищі рівні заробітних плат. Вирішення цього питання можливе лише за умови перегляду в бік збільшення посадових окладів працівників бюджетної сфери.

Список використаних джерел

1. Постанова КМУ «Про підвищення оплати праці працівників установ, закладів та організацій бюджетної сфери» від 26 серпня 2020 р. № 750.
2. Юридична енциклопедія. Ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. Т. 6. 768 с.

УДК 658.5

**РОЗВИТОК РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ
НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Гуренко А. В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
та підприємництва на морському транспорті
Азовський морський інституту НУ «Одеська морська академія»

Ринкові процеси, що відбуваються в Україні, суттєво впливають на галузі економіки. Кризові явища та періодичні спади виробництва призводять до втрат промислового потенціалу. Запорукою ефективної діяльності українських підприємств стають швидка, адекватна реакція та дієва операційна система, що здатні адаптуватися до нових зовнішніх викликів в умовах мінливості. Головною рисою сучасного бізнес-середовища стає змінний характер, що призводить до нерівномірного використання матеріальних, інформаційних, людських і фінансових ресурсів. Разом із цим функціональний поділ процесів породжує додаткову координацію всіх етапів виробничого процесу й призводить до зростання витрат на управління виробництвом. Тому, в дійсний час, в системі менеджменту виникає гостра необхідність пошуку та застосування ефективних методів управління, що дозволять підвищити показники продуктивності процесів, оптимізувати зайнятість ресурсів і знизити витрати.

Впровадженню дієвих бізнес-процесів сприяє реінжиніринг, що орієнтований на наскрізне управління ланцюгами операцій взаємодіючих підрозділів промислового підприємства. Реінжиніринговий підхід виключає пірамідальну побудову структур підприємства, раціоналізує діючі виробничі системи шляхом реінтеграції окремих операцій в єдині міжфункціональні бізнес-процеси. Реінжиніринг націлений на одночасне застосування комп'ютерних технологій, технологій управління людьми та перебудову операційної діяльності. Головна перевага реінжинірингу полягає у ефективному здійсненні масштабних змін при яких традиційні схеми управління виробничими процесами не можуть бути використані у повній мірі [2; 3].

Чисельні спостереження свідчать, що на вітчизняних підприємствах залишаються відкритими питання побудови дієвих процедур щодо зміцнення ринкових позицій, доцільності обґрунтування рішень відносно реорганізації, радикальних перетворень, реструктуризації бізнесу, заміни діючих структур управління. Такі недоліки гальмують процеси розвитку та ставлять під сумнів доцільність впровадження стратегії реінжинірингу. Саме загострення питань відносно побудови стратегії реінжинірингу бізнес-процесів посилюють значущість дослідження.

У порівнянні з традиційним управлінням діяльністю компанії, при акцентуванні уваги на процесах, у менеджменті виникає багато переваг. Зокрема, в деяких випадках важко або неможливо визначити ефект від впроваджених змін, у разі орієнтації компанії на процеси з'являється можливість більш точно оцінити вартість, тривалість, якість, ступень

задоволеності тощо. Орієнтація на процеси є ключовим фактором успішного реінжинірингу. Іншою, важливою дією, є впровадження компаніями нових інформаційних технологій, що здатні призвести до принципових змін в діяльності співробітників та значної оптимізації існуючих бізнес-процесів [1].

Спираючись на головну мету та чинники, формуються напрямки розвитку реінжинірингу, серед яких є:

- створення мережі зв'язків, що використовуються при надзвичайних обставинах;
- поширення організаційних передумов централізації інформаційних потоків, що сприяє отриманню інформації у єдиному середовищі;
- розвиток горизонтальних управлінських зв'язків;
- удосконалення класифікації конкретних бізнес-процесів;
- поділ функцій вищої управлінської ланки компанії, створення мережі оперативних груп управління;
- впровадження технологій роботи процесних команд;
- створення мотивації для творчого мислення, аналізу ситуації та колективної роботи;
- координація стратегії з центру, децентралізоване виконання рішень;
- побудова змішаних процесів і матричних структур управління;
- створення організаційних умов для реструктуризації компанії [4].

Для збереження конкурентоспроможності, сучасні компанії переглядають форми та способи ведення бізнесу. Якщо часткові поліпшення процесів діяльності в компанії не дають бажаних результатів і не дозволяють отримати переваги, використовують нові підходи, що дозволяють в повній мірі реалізувати можливості нових технологій і людських ресурсів.

Список використаних джерел

1. Омеляненко Т. В. Операційний менеджмент: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2009. 478 с.
2. Ойхман Е. Г., Попов Э. В. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. М.: Финансы и статистика, 1997. 336с.
3. Пономаренко В. С., Мінухін С. В., Знахур С. В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
4. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии: мировая и российская практика. URL: <http://finuni.ru/reinzhiniring-biznes-processov-napredpriyatii>

УДК 338.242.2

РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Давиденко Д. В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: д.т.н., професор Данченко О. Б.

Промисловий сектор є основою стійкості і конкурентоспроможності будь-якої сучасної економіки. Зокрема, продукція промислових виробництв створює умови для підвищення продуктивності праці, сприяє технічному переозброєнню підприємств і більш ефективному використанню сировини, матеріалів, енергії. Однак в даний час в розвитку даного сектора економіки переважають негативні тенденції. Багато в чому їх походження можна пов'язати з системною кризою в країні.

Ситуація, що склалася в Україні, перш за все детермінована ще не зжитою з радянських часів структурою економіки, зокрема, засиллям підприємств-монополістів, а також військовими діями на сході України, що почалися навесні 2014 р. вході яких сформувалася фінансово-економічна і торгівельна блокада, завдали важкий удар по економічному сектору в регіоні.

У зв'язку з цим українській економіці потрібен перехід до моделі, базис якої складають виробництва з високою доданою вартістю. Необхідно створення інноваційної економіки, проведення ефективної промислової політики, поліпшення інвестиційного клімату.

Необхідною умовою розвитку держави є розвиток виробничо-господарського потенціалу, який становить основу для створення фінансових ресурсів, подальший розподіл та перерозподіл яких забезпечує фінансування невиробничої сфери та трансфертних платежів [1].

Для розвитку промислових підприємства в умовах соціальної нестабільності потрібно доопрацювати та затвердити стратегію розвитку промислового комплексу і план дій з її виконання.

Сучасний дискурс науково-експертної спільноти про стратегію виходу з економічної кризи, у якій нині опинилася Україна, продемонстрував нагальну необхідність відродження промисловості. Це вже усвідомлюється на різних рівнях державної влади. Про це свідчить системна робота Верховної Ради України та її комітетів із формування законодавчого фундаменту розвитку індустріальної економіки, так званого «промислового пакету реформ»; розроблення Мінекономіки проекту Стратегії розвитку промислового комплексу України; вироблення засад промислової політики, спрямованої на прямий протекціонізм національного виробника Національним комітетом промислового розвитку [2].

Отже, в сучасних умовах господарювання одним з напрямків підвищення ефективності виробничо-господарського потенціалу підприємства є організація процесу забезпечення ефективності економічних реформ за рахунок управління інноваційно-ресурсними чинниками, а також проведення активної політики оновлення виробництва на всіх рівнях і в усіх галузях національної економіки та господарської діяльності. На рівні підприємств – це розроблення, засвоєння, впровадження у виробництво наукомістких видів продукції, технологій, матеріалів і способів економічного господарювання. На рівні галузей – цілеспрямована структурна, інвестиційна та науково-технічна політика. Інноваційні проблеми дослідження виробничо-господарського потенціалу повинні розв'язуватися комплексно, з урахуванням діяльності різних наукових напрямків: економічного, технічного, організаційного, соціального, ресурсного, юридичного та ін. [3].

Список використаних джерел

1. Андрушків Б. М., Вовк Ю. Я., Крамар І. Ю. Інноваційно-комплексні шляхи розвитку малого підприємництва. Тернопіль: ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2011. 340 с.
2. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки; ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2018. 158 с.
3. Розвиток промислових підприємств в умовах суспільної нестабільності: ресурсно-інноваційні чинники. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/22944> (дата звернення: 16.10.2020).

AVALIANDO O RISCO NA GESTÃO FINANCEIRA DE ESTOQUES ОЦІНКА РИЗИКУ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВИМИ ЗАПАСАМИ

Domingues P., Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais

Definição do problema: As estratégias clássicas de gestão dos estoques, especificamente o modelo do lote econômico de compra (LEC), não levam em consideração os riscos associados às estimativas que influenciam os diversos parâmetros das decisões de estoque. Neste sentido, qualquer análise que contemple previsões futuras, no caso do LEC, previsões de demandas futuras e considerações dos volumes de vendas constantes no tempo, sem observar a probabilidade dos resultados não se efetivarem, perde em eficiência ao fundamentar o processo de tomada de decisões (GARRISON,2001). Este trabalho visa fazer uma análise da gestão financeira de estoques, buscando para tal o desenvolvimento do LEC em situações de risco. Através do processo de simulação por meio do Método de Monte Carlo (MMC), será proposto uma estratégia para a mensuração do estoque de segurança (ES).

O objetivo do estudo: A gestão de estoques é diferente da administração de outros ativos e obrigações. Estes ativos têm um teor físico, o que não se igualam aos ativos puramente financeiros. Porém como outros ativos, os estoques representam custos significativos para as empresas, e sua gestão eficiente torna-se fator essencial de competitividade. Classicamente as estratégias de gestão financeira de estoques relatadas nos manuais de finanças e de custos estão concentradas em quanto e quando adquirir estoques. As estratégias clássicas de gestão de estoques, não levam em consideração o risco de estimativas que influenciam os diversos parâmetros das decisões em estoques. Na verdade, uma das hipóteses do modelo mais tradicional da gestão de estoques, o lote econômico de compra (LEC), considera que não existe risco nas variáveis que influenciam o modelo.

Declaração do material: Essas alternativas de manutenção de estoques representam soluções para problemas como flutuações nos preços das matérias-primas, demanda inesperada pelo produto, paralisação não planejada das máquinas e dos trabalhadores envolvidos no processo etc. Porém, o administrador financeiro não deve considerar essas abordagens de manutenção de estoques as únicas possíveis para solucionar os problemas enumerados. Neste ponto, estratégias alternativas, tais como para se evitar o risco da flutuação dos preços de matérias-primas, a empresa poderá realizar contratos a longo prazo com os fornecedores, os quais deverão especificar os preços a serem pagos e as quantidades a serem entregues, ou ainda para estabilizar a demanda, a empresa poderá conceder descontos. Segundo Scherr (1989, p.289), os custos e as características específicas dos estoques devem ser os primeiros itens a ser considerados para a formulação das estratégias de estoques. Classicamente, podem ser citadas três abordagens de estratégias de gestão de estoques: o sistema ABC, o Ponto de Recompra (PR) e o sistema de LEC. O PR ou Ponto de Pedido considera os níveis de estoques e a demanda constante, e representa o tempo necessário para que se ocorra uma reposição de estoques, dado um consumo por período. Ou seja, o ponto de pedido define o momento em que a empresa deverá realizar uma compra, enquanto que os sistemas ABC e LEC definem quanto a empresa deverá comprar. Considerando o tempo de reposição diário, matematicamente o ponto de recompra representa.

No caso do recebimento do pedido não for de imediato, a metodologia do PR mostra em que momento a empresa deve efetuar o pedido de estoque ao seu fornecedor. Se no exemplo anterior a quantidade de tempo entre a solicitação do estoque e seu recebimento for de 4 dias, o PR pode ser

obtido facilmente. LEC não admita a existência de desconto por adquirir grandes quantidades de produto, basta considerar os descontos concedidos pelos fornecedores diminuindo os custos de estacagem, caso o desconto seja linear para qualquer quantidade a ser adquirida. Caso os fornecedores concedam descontos para cada intervalo de quantidade pedida, deve-se fazer a análise do LEC para os diferentes intervalos. No modelo do LEC também podem ser incluídos outros custos além dos de estacagens e dos de pedir, como: os custos de interrupção do processo produtivo e o custo da falta planejada (insatisfação do cliente, perda de venda, perda de *goodwill*) (ASSAF NETO & TIBÚRCIO, 1997; SCHERR, 1989). A inclusão do custo da falta planejada vai também ao sentido de considerar as limitações financeiras para aplicações em estoques. Para superar a suposição de preços constantes, o LEC deve ser reformulado para contemplar o aumento de preços da economia, que se torna uma situação típica em economias inflacionárias. Neste sentido, na eminência de um aumento no preço de um produto qualquer, propõem que a fórmula do LEC tradicional deve ser adaptada para a seguinte.

Para trabalhar o LEC considerando a interdependência entre os produtos ou mercadorias, pode-se desenvolver o LEC através do modelo MPR II. Em vez de a análise basear-se na demanda prevista para o produto, o lote que minimiza o custo total para um insumo A que depende do produto B, deve ser calculado tendo em conta a demanda do produto B, e as quantidades usadas do insumo A no produto B. As hipóteses de demanda constante e do fato de não existir risco na análise tradicional do LEC estão intimamente relacionadas. Na prática, a quantidade demandada de estoque não é conhecida, existindo assim um fator de imprevisibilidade na quantidade que a empresa irá necessitar, ou seja, existe o risco de que a demanda considerada pela empresa não se efetive (HANSEN, 2001).

Lead Time (LT) é o período que vai do início ao fim do processo de produção ou comercialização. LT maior exige estoque maior para atender a demanda. Se a demanda total varia, o nível de recomposição de estoque depende da habilidade das instalações produtivas reagirem às flutuações de demanda. Para conseguir baixos estoques, o processo produtivo deve ser ágil e flexível. Se a produção reage à mudanças de forma lenta, os estoques precisarão ser maiores. A volatilidade da demanda é a variável que assume mais importância no cálculo do ES, pois esta é a variável mais “incontrolável” para a empresa. Porém, o conhecimento do valor da demanda médio e sua variabilidade esperada (risco) dado pela demanda no passado, possibilita obter o ES com maior rigor teórico.

O presente trabalho, diferentemente de Scherr (1989), propõem a aplicação do processo de simulação, especificamente a Simulação de Monte Carlo (SMC), não apenas para a análise dinâmica de estoques, mais também nos problemas estáticos relacionados a gestão de estoques. Neste sentido, a proposta de análise do LEC através da SMC, surge como uma alternativa que busca superar as limitações deste modelo tradicional, principalmente àquelas relacionadas à demanda constante e a desconsideração do risco na análise. Aproveitando a contribuição do relaxamento das hipóteses iniciais exigidas pelo modelo, como por exemplo, o desenvolvimento da fórmula do LEC adaptada para um período de alta de preços, proposta por Assaf Neto & Tibúrcio (1997, p. 159) e citada anteriormente, pode-se fazer um modelo matemático considerando que as variáveis de entrada de cálculos do LEC e do PR, assumem um comportamento aleatório e sendo assim, a análise passa a ser probabilística. O desenvolvimento prático da SMC aplicada ao LEC considerada no trabalho, propõe estratégias de seguranças corporificadas no ES, dados desvios de expectativas relacionado as variáveis que compõem o modelo e o “risco aceitável” da empresa. Esta análise envolve concepção de otimizar o ES, dado um risco calculado pela empresa que inclui: a extensão do Lead Time, a frequência de novos pedidos, o nível de atendimento desejado e principalmente a variabilidade da demanda; no nível que minimize o custo total associado ao LEC. Se a sensibilidade

do custo total em relação ao LEC não for significativa, o processo de simulação consegue chegar a aproximações satisfatórias do ponto de mínimo custo total (GITMAN, 2002).

Pelo fato de grande parte das decisões administrativas estarem voltadas para o futuro, especificamente na gestão de estoques que requer estimativas das demandas futuras, é imprescindível que se considere as variáveis que afetam o processo de análise como variando aleatoriamente, já que o exercício de previsão está composto pelo risco do resultado não se efetivar. Para que o processo de simulação esteja presente em uma análise basta verificar se alguma variável do problema assume a condição de aleatoriedade. No caso específico da gestão de estoques em situações de risco, a ferramenta da simulação torna-se uma técnica formal e eficiente que auxilia fundamentar as decisões. A simulação é a tentativa de replicação de um sistema real, através da construção de um modelo matemático tão parecido quanto possível com a realidade. Contrário aos métodos analíticos determinístico que procuram encontrar as soluções ótimas para o problema, a simulação procura modelar um sistema e observar como as variações nos parâmetros de entrada do sistema afetam suas variáveis de saída. Uma visualização prática das etapas percorridas para um processo de simulação computacional apresenta-se. Com o avanço da informática o processo de simulação tornou-se bastante acessível para a análise de diversos tipos de problemas.

Conclusão: As estratégias clássicas de gestão de estoques não levam em consideração o risco de estimativas que influenciam os diversos parâmetros das decisões a serem tomadas. Na verdade, uma das hipóteses do modelo mais tradicional da gestão de estoques, o Lote Econômico de Compras (LEC), considera que não existe risco nas variáveis que influenciam o modelo. O presente trabalho objetivou desenvolver um método estático que levasse em consideração o risco na gestão de estoques, usando para tal, o processo de simulação por meio do Método de Monte Carlo (MMC). Neste sentido, foi apresentada uma aplicação prática do MMC, com o apoio do *software* Crystal Ball 2000.5, na gestão financeira de estoques, especificamente no modelo tradicional do LEC, por ser ele o mais utilizado. A partir dos níveis de “riscos aceitáveis” pela empresa, dado pela: frequência de novos pedidos, pela extensão do Lead Time, nível de atendimento ao consumidor desejado e principalmente pela variabilidade da demanda, o presente trabalho propôs formular uma estratégia específica e diferenciada, atribuída no estoque de segurança, através dos valores máximos e mínimos obtidos no processo de simulação.

Referências bibliográficas

- ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor. São Paulo: Atlas, 2003.
- ASSAF NETO, Alexandre & TIBÚRCIO, César Augusto. Administração do Capital de Giro. 2º Ed, São Paulo: Editora Atlas, 1997.
- EVANS, James R., OLSON, David L. Introduction to Simulation and Risk Analysis. Upper Saddle River: Prentice-Hall, 1998.
- HANSEN, Don R. & MOWEN, Maryanne M. Gestão de Custos: Contabilidade e Controle. Tradução 3º Ed. norte-americana, São Paulo: Editora Pioneira Thomson Learning Ltda, 2001.
- GARRISON, Ray H. & NOREEN, Eric W. Contabilidade Gerencial. 9º Ed., Rio de Janeiro: LTC Editora, 2001.
- GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 7º Ed, São Paulo: Editora Harbra, 2002.
- SCHERR, Frederick C. Modern Working Capital Management. Prentice-Hall, 1989.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ УКРАЇНИ

Дудченко Н. В., к.е.н., доцент кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний університет

Реформування пенсійної системи України наразі є надзвичайно актуальним завданням для Уряду. Мета реформи - відновлення справедливості при визначенні пенсійних виплат – і сьогодні, і на майбутнє. Якщо людина чесно працювала все життя, вона має гарантовано отримувати гідну пенсію.

Окрім цього, невід'ємною частиною пенсійної реформи є впровадження європейських стандартів функціонування органів Пенсійного фонду України. Використання сучасних інформаційних і управлінських технологій, єдиних стандартів якості обслуговування громадян мають зробити надання послуг українцям зручним і ефективним.

Уряд турбується про вдосконалення пенсійної системи України. Зокрема, триває робота над запровадженням накопичувальної системи пенсійного страхування та розвитком добровільної системи недержавного пенсійного забезпечення.

Зміни в пенсійному забезпеченні є необхідними, адже коли у нас тривалість життя зростає, народжуваність падає, кількість тих, хто виходить на ринок праці, зменшується. 2019 рік був найгіршим щодо демографії [1].

Народжуваність в Україні у 2019 році впала до найнижчого рівня в історії – 7,4 новонароджених на 1000 осіб населення. Сьогодні громадян України віком до одного року в країні менше, ніж мешканців будь-якого іншого віку до 72 років включно – таке спостерігається вперше. За показником народжуваності Україна входить до п'ятірки найгірших показників у світі. У нас вже зараз 13 млн осіб, за яких сплачуються внески до Пенсійного фонду України, та 11,2 млн пенсіонерів. А за 30 років через демографію ця ситуація лише погіршиться. Пенсійні видатки зростатимуть. Потрібен баланс двох систем - солідарної системи та накопичувальної системи пенсійного страхування, що знівелює ризики. Накопичувальна система незалежна від демографії, але піддається фінансовим ризикам, солідарна – навпаки [2].

У переважній більшості країн світу пенсійна система складається щонайменше з двох складових: державної (солідарної) та накопичувальної. Як показує практика, саме індивідуальна складова становить основну частину пенсійної виплати, а державна складова є найчастіше гарантованим державою мінімумом. При цьому в усіх країнах, у яких переважає солідарна пенсійна система, існує однакова проблема: з часом чисельність пенсіонерів стає більшою від чисельності працюючих людей і для виплати пенсій не вистачає ресурсів, або витрати з державного бюджету зростають.

Добровільні індивідуальні внески з часом будуть основою формування пенсії.

Що передбачає реформа:

- Обов'язкову щорічну індексацію пенсій, у тому числі державних службовців, працівників органів місцевого самоврядування, журналістів, та запровадження справедливого механізму нарахування виплат пенсіонерам.
- Законом України «Про внесення змін до деяких законів України щодо підвищення пенсій» передбачена щорічна (опосередкована) індексація пенсій від 2021 року, яка відбуватиметься шляхом збільшення на коефіцієнт, що відповідає показнику 50 % зростання споживчих цін за попередній рік та 50 % показника зростання середньої заробітної плати

(доходу), з якої сплачено страхові внески, за три календарні роки, що передують попередньому року до того, в якому проводять збільшення.

- Забезпечення дотримання прав внутрішньо переміщених осіб, у тому числі осіб, які проживають на тимчасово окупованих територіях, на належне пенсійне забезпечення.

- Внутрішньо переміщені особи, у тому числі особи, які проживають на тимчасово окупованих територіях, отримують пенсії на підконтрольній українській владі території.

- Запровадження другого рівня пенсійної системи – накопичувальної системи пенсійного страхування.

- Наступним етапом реформування пенсійної системи є поетапні зміни в системі накопичувального пенсійного забезпечення. Це дасть змогу диверсифікувати джерела пенсійного забезпечення людей і збільшить розмір пенсійних виплат. Першочерговим завданням буде представлення Урядом законопроекту щодо запровадження накопичувальної професійної системи пенсійного забезпечення.

- Розширення функціоналу порталу електронних послуг Пенсійного фонду України та автоматизація процесів у системі пенсійного страхування.

- Посилення відповідальності за ухилення та несплату єдиного соціального внеску, інших обов'язкових платежів до Пенсійного фонду України.

- Перегляд стимулів до сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

- Забезпечення ефективного державного нагляду за використанням коштів Фонду соціального страхування та Пенсійного фонду України.

- Уніфікація та адаптація законодавства щодо діяльності недержавних пенсійних фондів до законодавства ЄС з метою підвищення рівня захисту майнових прав та інтересів учасників накопичувальної системи пенсійного забезпечення [3].

Очікувані результати та показники:

- Досягнення витрат на пенсійне забезпечення на рівні 12 відсотків валового внутрішнього продукту та забезпечення мінімального рівня пенсійного забезпечення на рівні 40 відсотків від отримуваного заробітку.

- Щорічний перерахунок пенсій 11 млн. пенсіонерів.

- Залучення 132 тис. працівників до накопичувальної системи обов'язкового професійного пенсійного забезпечення.

- Завдання на поточний рік

- Розроблення та подання Кабінетові Міністрів законопроекту щодо запровадження накопичувальної професійної пенсійної системи.

- Здійснення аналізу реалізації державної політики у сфері адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Підготовка пропозицій щодо підвищення якості адміністрування єдиного внеску з урахуванням необхідності подолання негативних економічних наслідків, спричинених пандемією коронавірусу COVID-19.

- Удосконалення механізму індексації пенсій.

Список використаних джерел

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 01.04.2020 № 251 «Деякі питання підвищення пенсійних виплат і надання соціальної підтримки окремим категоріям населення у 2020 році».

2. Указ Президента України від 08.11.2019 № 837 «Про невідкладні заходи з проведення реформ та зміцнення держави»

3. План пріоритетних дій Уряду на 2020 рік.

**ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ 2018 – 2020 РР.**

Загоруйко І. О., к.е.н., доцент кафедри соціального забезпечення
Черкаський державного технологічного університету

Поруч із НДДКР, вища, особливо технічна (у широкому розумінні) освіта є одним із рушіїв НТП, а відтак й економічного розвитку. Не буде перебільшенням твердження, що в сучасних умовах конкурентоспроможність цілих націй вирішальним чином залежить від масштабності та якості вищої освіти. Саме вона дозволяє розірвати «порочне коло бідності» або не потрапити до нього внаслідок соціально-економічних катаклізмів.

Впливу вищої освіти на економічний розвиток окремих країн та регіонів присвячена велика кількість наукових праць. Розглянемо деякі з таких праць 2018–2020 років.

Так, у статті 2018 року китайських економістів Віктора Чанга, Ян Чена та Чан Сюна «Динамічна взаємодія між вищою освітою та економічним прогресом: порівняльний аналіз країн БРІКС» робиться висновок, що статистичні дані по всіх країнах БРІКС, за винятком Бразилії, демонструють однозначну спрямованість причинно-наслідкового зв'язку [1]. Разом з тим, інші висновки цих авторів доволі неоднозначні. Так, за результатами їхнього дослідження, «вплив вищої академічної підготовки виявився додатним для всіх країн БРІКС, в той час як вища професійна освіта завдала шкоди економікам Росії та Південної Африки».

Автори відзначають, що поміж усіх країн БРІКС Росія має давні освітні традиції, сформовані ще в радянський період. Російський уряд виділяв значні кошти для фінансування університетів. Кількість державних та приватних ВНЗ зростала. В результаті валовий коефіцієнт охоплення вищою освітою в Росії перевищив 70 %. Проте тест причинності за Грейнджером показав відсутність впливу розширення вищої освіти на російську економіку.

На нашу думку, результат стосовно Росії досить красномовний і може бути пояснений насамперед сировинним характером її економіки. Така економіка мало потребує сучасної професійної освіти і тому видатки на неї є швидше соціальними відрахуваннями, ніж інвестиціями в людський капітал. Крім того, розширення галузі вищої освіти в Росії мало, швидше за все, екстенсивний характер. Як зазначають автори статті, незмінність навчальних програм в умовах збільшення прийому до професійних ВНЗ, суттєво загальмує економічне зростання Росії.

Що стосується вищої академічної освіти, то, за результатами даного дослідження, вона має великий вплив на економічний прогрес усіх країн БРІКС за винятком Китаю. Такий висновок, на нашу думку, можна пояснити специфічним підходом китайської держави до науково-технічних розробок. Як відомо, одним з провідних методів відповідної політики Китаю є копіювання (не завжди санкціоноване) іноземних науково-технічних здобутків. В таких умовах фундаментальна вища освіта справді стає менш ефективною.

Ще одна стаття 2018, що належить У. В. МакМагону, присвячена проблемі достатності інвестицій у вищу освіту для економічного зростання та соціального розвитку [5].

Як відзначає автор, «економістам давно відомо, що у вищу освіту, спрямовану на економічне зростання, не вкладається достатньо коштів». Загальна віддача від вищої освіти слушно розглядається як сума не тільки грошових доходів (зокрема, більшої заробітної плати та більших податкових надходжень), але й негрошових зовнішніх ефектів – покращення здоров'я, розвитку дітей, збільшення тривалості життя, управління домашнім господарством,

розвитку демократії, політичної та екологічної стабільності, зменшення рівня злочинності. Спираючись на теорію ендогенного прогресу, У. В. МакМагон надає нові оцінки стандартних соціальних норм віддачі від вищої освіти. Основою для оцінок негрошових результатів він обирає вартість отримання таких результатів іншим способом, ніж вища освіта. За результатами його дослідження, соціальна доходність 2-річного навчання у коледжі складає 12,9 %, а 4-річного – 10,9 %, в той час як альтернативна вартість є нижчою – 7,22 %. Отже, робить висновок У. В. МакМагон, в обох цих випадках інвестиції є недостатніми для ефективного зростання.

В деяких статтях досліджуються вплив інвестицій в освіту на регіональне економічне зростання.

Так, у статті 2019 року групи китайських економістів досліджується причинно-наслідковий зв'язок між інвестиціями в людський капітал та економічним зростанням у провінції Гуандун [3]. Їхні результати свідчать, що збільшення інвестицій в освіту на 1 % призводять до збільшення ВВП у середньому на 0,14 %. Дослідження виявило дворічний лаг між інвестиціями в освіту та економічним зростанням. Автори статті рекомендують уряду збільшити частку інвестицій в освіту у фінансових видатках; сприяти зменшенню регіональної диференціації освітніх інвестицій та їх більш повному використанню.

Деякою альтернативою є підхід іспанських економісток Л. Маркес-Рамос та Е. Мурель [4]. Вони ставлять під сумнів припущення про наявність лінійного зв'язку між освітою та економічним зростанням та висувають власну гіпотезу про наявність «порогу освіти», після досягнення якого змінюються характеристики економічного зростання.

Як показується у статті Д. І. Науфал, навіть у нестабільних соціально-політичних умовах, простежується позитивна роль вищої освіти в економічному розвитку [7]. Будучи співробітником Лівано-американського університету (LAU), авторка використовує загальнодоступні адміністративні дані та модель «витрати-випуск». На підставі розрахунку грошових мультиплікаторів та мультиплікаторів зайнятості вона робить висновок, що загальний економічний вплив тільки одного LAU складав трохи менше 2 % ВВП Лівану за 2015/2016 фінансовий рік.

Ретельний аналіз економічного впливу університетів зі всього світу провели співробітники Лондонської школи економіки А. Валеро та Д. В. Рінен [8]. Автори використали матеріали ЮНЕСКО щодо 15 тисяч університетів зі 1500 регіонів у 78 країнах. За їхніми оцінками, збільшення на 10 % кількості університетів збільшує ВВП на душу населення в цьому регіоні на 0,4 %. Існує також додатний вторинний ефект впливу університетів на сусідні регіони. Частково, цей позитивний вплив університетів опосередкований збільшенням пропозиції людського капіталу та інновацій. В історичній ретроспективі, відзначають автори, тривале існування університетів пов'язано із більшим поширенням демократичних поглядів у даній країні.

Неокласичний підхід до інвестицій у вищу освіту реалізований у статті японських економістів Т. Морітомо та К. Табата «Політика субсидій вищої освіти та розвиток на основі НДДКР» [6]. Автори використали двоперіодну OLG-модель економічного зростання на основі НДДКР (модель перетину поколінь Даймонда). Аналіз даної моделі показав неоднозначний вплив освітніх субсидій на економічне зростання. Цікавим і вагомим є висновок, що по завершенні перебудови структури ринку, субсидії на освіту збільшують кількість фірм, проте гальмують економічне зростання. Як відзначають автори, цей висновок частково узгоджується з емпіричними спостереженнями, що масова вища освіта не обов'язково стимулює економічне зростання.

Аналогічна, по суті, думка висловлюється групою економістів із Саудівської Аравії [2]. На основі національних даних за 40-річний період (1978–2017 рр.) вони приходять до

висновку, що «результати дослідження не підтверджують взаємозв'язок між інвестиціями у вищу освіту та економічним зростанням». За стрімким зростанням ВВП країни розпочалося зростання інвестицій у вищу освіту, проте воно було нерівномірним і відбувалося окремо від економічного зростання.

Можна сказати, що ці саудівські економісти теж стикнулися з негативними особливостями сировинної економіки, ще більш залежної від експорту нафти, ніж економіка Росії. Їхні рекомендації цілком слушні, проте досить загальні: розробити стратегію національних людських ресурсів; приділити більше уваги якості вищої освіти, здатності випускників працювати у групах та запроваджувати нові технології; використовувати більш ефективні та водночас дешевші інструменти вищої освіти (такі як електронне та дистанційне навчання); обережно (!) переходити від традиційного державного фінансування вищої освіти до змішаного державно-приватного; стимулювати партнерство між університетами та бізнесом.

Представлений аналіз дозволяє зробити висновки, що можуть бути корисними й у вітчизняних умовах. По-перше, в процесі перебудови системи вищої освіти слід обов'язково враховувати не ті тільки суто економічні, але й соціальні показники. По-друге, як державна, так і приватна політика щодо вищої освіти має використовувати результати різноманітних макроекономічних досліджень, згідно яких вплив освітніх інвестицій на економічний розвиток є суттєво нелінійним та неоднозначним.

Список використаних джерел

1. Chang V., Chen Y., Xiong C. Dynamic interaction between higher education and economic progress: a comparative analysis of BRICS countries. *Information Discovery and Delivery*. 2018. Vol. 46. No 4. Pp. 225–238.
2. Hamdan A., Sarea A., Khamis R., Anasweh M. A causality analysis of the link between higher education and economic development: empirical evidence. *Heliyon*. 2020. Vol 6. No 6. e04046. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020308902> (Last accessed: 13.10.2020).
3. Liao L., Du M., Wang B., Yu Y. The Impact of Educational Investment on Sustainable Economic Growth in Guangdong, China: A Cointegration and Causality Analysis. *Sustainability*. 2019. Vol.11. No 3. 766. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/3/766> (Last accessed: 13.10.2020).
4. Marquez-Ramos L., Mourelle E. Education and economic growth: an empirical analysis of nonlinearities. *Applied Economic Analysis*. 2019. Vol. 27. No. 79. Pp. 21–45.
5. McMahon W. W. The total return to higher education: Is there underinvestment for economic growth and development? *The Quarterly Review of Economics and Finance*. 2018. Vol. 70. Pp. 90-111.
6. Moritomo T., Tabata K. Higher education subsidy policy and R&D-based growth. *Macroeconomic Dynamics*. 2019, 30 April. Pp. 1-40. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/macroeconomic-dynamics/article/higher-education-subsidy-policy-and-rdbased-growth/D7E26BA3FF80D188F25550060BE4000F> (Last accessed: 13.10.2020).
7. Nauffal D. I. Measuring the economic impact of universities operating in unstable environments: The case of a private institution in Lebanon. *Higher Education Quarterly*. 2019. Vol. 73. No 3. Pp. 343–358.
8. Valero A., Reenen J. V. The economic impact of universities: Evidence from across the globe. *Economics of Education Review*. 2019. Vol. 68. Pp. 53–67.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ОСВІТОЮ ЯК ОДИН З ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Зінов'єв С. О., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет

Сталий розвиток – це розвиток, що відповідає потребам сучасності, не впливаючи на здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [1].

Сталий розвиток вимагає узгоджених зусиль щодо створення всеосяжного, сталого та стійкого майбутнього для людей та планети.

17 цілей сталого розвитку (ЦСР) є частиною Порядку денного в галузі розвитку на період до 2030 року, прийнятого світовими лідерами на історичному Саміті ООН у вересні 2015 року. Глобальні цілі офіційно вступили в силу 1 січня 2016 року. Протягом наступних п'ятнадцяти років країни будуть спрямовувати свої зусилля на подолання всіх форм бідності, на боротьбу з нерівністю та на усунення негативних проявів кліматичних змін.

Для досягнення сталого розвитку надзвичайно важливо гармонізувати три основні елементи: економічне зростання, соціальну інтеграцію та охорону навколишнього середовища. Ці елементи взаємопов'язані, і всі вони мають вирішальне значення для добробуту окремих людей та суспільств.

Варто зазначити, що 17 ЦСР не є юридично обов'язковими, очікується, що уряди візьмуть на себе відповідальність і створять національні умови для їх досягнення. Країни несуть основну відповідальність за подальшу діяльність та аналіз досягнутого в реалізації цих цілей, що потребує якісного, доступного та своєчасного збору даних. Регіональні заходи з контролю та аналізу будуть ґрунтуватися на аналізах на національному рівні та сприятимуть подальшій діяльності та аналізу на глобальному рівні [1].

Гідна освіта – це 4 ціль сталого розвитку та показник людського соціально-економічного значення.

Право на освіту є одним з основних невід'ємних прав, проголошених Загальною декларацією прав людини.

З точки зору людського розвитку, освіта суттєво розширює можливості людини, оскільки позитивно впливає на різні сторони її життєдіяльності, стан здоров'я, суспільну та політичну активність, доступ до знань та вміння ними користуватися як на роботі, так і вдома – у побуті, вихованні дітей тощо [2].

Однією з передумов досягнення збалансованого (сталого) розвитку суспільства виступають наука і освіта, які водночас є і найважливішими інструментами ефективного управління, обґрунтованого прийняття рішень, розвитку демократії. На всіх стадіях розробки і втілення концепції сталого розвитку – від з'ясування потреби, формулювання ідей до практичної реалізації, вона потребує міцного, глибокого і розгалуженого науково-теоретичного підґрунтя і максимально широкої освітньої та роз'яснювальної роботи.

Рівень освіти є однією з трьох складових індексу людського розвитку (разом з ВВП на душу населення та середньою тривалістю життя).

Аналіз найбільших екологічних катастроф світу, проведений групою висококваліфікованих фахівців з різних країн, показав, що однією з основних причин виникнення кризових явищ, як і в цілому відставання у виконанні Програми дій «Порядок денний на XXI століття», є загальний низький рівень екологічної культури і освіченості, а також недостатня увага до розвитку фундаментальної екологічної науки в усьому світі.

Генеральна Асамблея ООН оголосила з 2005 року початок Декади освіти в інтересах екологічно збалансованого розвитку. Це означає, що освіті в інтересах сталого розвитку належить зайняти чільне місце серед пріоритетів сталого розвитку в XXI столітті. Освіта для сталого розвитку (ОСР) і наука стають одним з основних важелів сталого розвитку, інструментом збалансованої діяльності людини, удосконалення науково-технічної бази і технологій виробництва та природокористування з урахуванням можливостей біосфери та необхідності збереження її параметрів.

Погіршення екологічної ситуації на сьогодні досягло кульмінації. Все буття людини, її свідомість і система цінностей поставлені виключно в економічну площину. Гонитва за прибутком відсуває інтереси природи на другий план: природоохоронна діяльність розглядається здебільшого як збереження ресурсів для промисловості.

Освіта для сталого розвитку – освіта, спрямована на набуття знань і навичок, що сприяють формуванню нового екологічно свідомого суспільства, формування нових світогляду, позицій, цінностей, сприяють розвитку, який є соціально бажаним, економічно життєздатним і екологічно збалансованим.

Головним поштовхом для формування засад якісно нової системи освіти на засадах сталого розвитку є управління та переорієнтація існуючих програм освіти на комплексне вивчення соціальних, екологічних, економічних питань із врахуванням місцевих, національних й регіональних умов, а також глобального контексту.

Рекомендації щодо досягнення цілі:

- реформування освітньої галузі, що передбачає оновлення стандартів освіти;
- забезпечення рівного доступу до освіти та професійно-технічної підготовки для уразливих груп населення, насамперед людей з інвалідністю й осіб, які перебувають в уразливому становищі;
- оновлення змісту навчання шляхом упровадження навчальних програм з питань сталого розвитку, раціонального споживання, прав людини, гендерної рівності, культури, соціальної єдності, миру та ненасильства тощо;
- забезпечення принципу відповідності освіти потребам суспільного розвитку [3].

Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку в Україні. URL: <http://sdg.org.ua/ua/pro-hlobalni-tsili/quality-education#>
2. Сталий розвиток для України. URL: <http://www.sd4ua.org/golovni-temi-stalogo-rozvitku/osvita/>
3. Цілі сталого розвитку: Україна: національна доповідь, 2017 рік. URL: http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf

УДК 658

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЛАТФОРМА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Іванченко В. О., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

Останнім часом, інформація стала одним з найважливіших чинників, що впливають на ефективність управління конкурентоспроможністю підприємств. Багато підприємств в повній мірі усвідомили ті колосальні переваги, які несе з собою розвиток і поширення інформаційних технологій. Стрімкий розвиток інформаційних технологій привів до того, що за останні кілька років підприємства стали широко застосовувати найрізноманітніші

інформаційні технологічні рішення. Сучасний етап розвитку вітчизняних підприємств характеризується значним посиленням конкурентної боротьби. Саме тому необхідною умовою успіху будь-якого підприємства стає доступ до актуальної, своєчасної, достовірної та добре структурованої інформації, яка в подальшому дасть можливість визначити оптимальну стратегію розвитку підприємства в умовах конкурентного швидкозмінного ринкового середовища. За наявності доступу до такої інформації та можливості її оброблення можна створити конкурентні переваги, які неможливо купити і досить важко копіювати. Вже ні в кого не викликає сумніву той факт, що широке освоєння інформаційних технологій в менеджменті підприємств – це шлях до лідируючих позицій на ринку, прагнення бути обізнаним першим щодо змін, які відбуваються. Підприємство не зможе досягти успіху на ринку, бути конкурентоспроможним без належних інформаційних технологій. Вони змінюють сучасні методи управління конкурентоспроможністю, переформатовують організаційну структуру підприємства, надають конкурентні переваги. Отже, актуальними залишаються питання кардинального впливу інформаційних технологій на ефективність управління конкурентоспроможністю підприємств.

Питанням позиціонування інформаційних технологій в управлінні підприємств, їх впливу на ефективність менеджменту конкурентоспроможністю фрагментарно висвітлені в наукових працях: О. Виноградової, С. Войтка, В. Гейця, О. Гудзь, С. Легомінової, В. Сотниченка, П. Стецюка, А. Тофлера та деяких інших. Але при цьому, за межами наукових дискусій залишилися окреслення домінант побудови інформаційно-організаційного дизайну, що концентрує у собі сукупність організаційних, інформаційних, безпекових, технічних та інших можливостей спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств, що генерує принципово нові перспективи для підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємств та означає простір для наукових пошуків.

Нині для успішного функціонування будь-якого підприємства, ефективне управління його конкурентоспроможністю вважається об'єктивною необхідністю, оскільки саме воно, зумовлює якість та ефективність його діяльності за умов активізації глобалізаційних процесів та загострення конкурентної боротьби. Конкурентоспроможність – це агрегована характеристика компетентностей, цінності та конкурентних переваг, тобто тих активів і параметрів підприємства, які формують його позитивні відмінності перед суперниками у конкуренції. Конкурентоспроможність підприємства вважається однією з найважливіших категорій економіки і характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища. Розвиток інформаційних технологій створює принципово нові можливості для менеджменту та генерує конкурентні переваги підприємства. Володіння своєчасною та достовірною інформацією – одна з головних умов забезпечення життєдіяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсного забезпечення, невпорядкованості конкурентного середовища. Успішне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання залежить, перш за все, не від вдосконалення внутрішньогосподарської діяльності, а, головним чином, від того, наскільки інформаційні технології задовольняють вимоги системи управління [3].

Вочевидь, що роль електронно-обчислювальної техніки визначається не лише обчислювальною функцією: все більш важливе значення набувають перероблення, зберігання, пошук і трансформація різних видів інформації [1].

Інформація виступає основою процесу управління. Використання інформаційних технологій для управління конкурентоспроможністю робить будь-яке підприємство більш конкурентоспроможним за рахунок підвищення його керованості й адаптованості до змін ринкової кон'юнктури. Забезпечення реалізації процесу управління неможливе без відповідної інформаційної підтримки, створення ефективної інформаційно-аналітичної системи, яка здатна своєчасно забезпечити менеджмент актуальними, достовірними даними [3].

Сучасні інформаційні технології надають багатьом підприємствам можливість більш гнучко реагувати на зміни ринку. Більшість підприємств України використовують інформацію переважно безсистемно, тоді як частка, яка припадає на функції інформаційного забезпечення, є досить вагомою. Маленькі підприємства можуть використовувати інформаційні технології, щоб мати можливість виживати поряд з великими. Вони можуть координувати дії типу виконання замовлень або стеження за інвентарем, маючи невеликий кадровий склад менеджерів. Великі підприємства можуть використовувати інформаційні технології, щоб досягти частини маневреності та чутливості маленьких підприємств. Нині постає гостра необхідність ІТ-модернізації вітчизняних підприємств, проте новітні технології є не більше, ніж у десятої частини підприємств. Цифрова епоха ІТ-модернізації українських підприємств – неминуче явище. Нині виділяють такі основні типи ІТ-інфраструктури підприємств: базовий, стандартизований, раціональний і динамічний. Загалом гнучка ІТ-інфраструктура сприяє диверсифікації підприємства не тільки шляхом посилення внутрішніх можливостей для гнучких операцій, але також підтримує динамічне формування ціннісних мереж в рамках всієї організації.

Отже рівень розвитку інформаційних технологій підприємств, слід розглядати як один із найбільш надійних індикаторів ефективності управління конкурентоспроможністю підприємства. Запропоновані домінанти побудови інформаційно-організаційного дизайну, що концентрують у собі сукупність організаційних, інформаційних, безпекових, технічних та інших можливостей спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств відкривають нові можливості для ефективного вирішення основних завдань управління конкурентоспроможністю підприємства: прямий, своєчасний доступ до інформаційного продукту (точну інформацію про хід виробничого процесу в просторі та часі); ефективну координацію внутрішньої діяльності та оперативне розповсюдження різноманітних повідомлень; ефективнішу взаємодію із суміжниками по технологічних маршрутах за рахунок використання більш інформованих та наочних засобів відображення та передачі-прийому повідомлень; використання якісно кращої технології системного аналізу та проектування оперативного управління на нижній та середніх ланках управління виробництвом. Трансформація інформаційно-організаційного дизайну, як засвідчує світовий досвід, спричиняє глибокі зміни щодо бачення інформаційних процесів, новий підхід до стилю, методів, процедур управління.

Список використаних джерел

1. Антонюк В. А., Курков М. С. Інформаційні системи і технології у фінансах: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.. К.: КНЕУ. 2005. 140 с.
2. Баронов В. В. Методы построения систем управления. URL: www.economics.ru.
3. Гордієнко І. В. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.. К.: КНЕУ, 2003. 259 с.
4. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2015. Вип. 161. 326 с.

БЮДЖЕТ УЧАСТІ: КОНЦЕПЦІЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ

Ільченко Н. В., к.н.держ.упр., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Бюджет участі (participatory budgeting) є одним із інноваційних інструментів у сфері публічного управління та адміністрування, який на сьогодні викликає значну зацікавленість у теоретиків та практиків, і про ефективність якого свідчить його швидке розповсюдження, адаптація та застосування у всьому світі. Треба зазначити, що в більшості країн для даного інструменту використовується назва, яка в перекладі українською мовою звучить як «бюджет участі»: португальською – «orçamento participativo», іспанською – «presupuesto participativo», італійською – «bilancio partecipativo», французькою – «budget participatif», німецькою – «bürgerhaushalt» тощо [1]. Але, наприклад, в Швеції використовується термін «medborgarbudget», який дослівно перекладається, як «бюджет громадянина». У вітчизняній теорії та практиці можемо зустріти різні назви: бюджет участі, бюджет на основі участі, громадський бюджет, партисипативний бюджет, бюджет громадських ініціатив.

Зазначений підхід вперше було впроваджено в кінці 80-х років в Бразилії з метою розбудови реальних демократичних процесів в країні, а саме в 1989 році в Порто Алегре столиці найбільшого північного штату [2]. Ініціатором цього виступила Робоча партія, яка в 1988 році перемогла на виборах мера та наголошувала на необхідності демократичної участі і зміни тридцятирічної тенденції, згідно якої публічні ресурси витрачалися на підтримку середнього та вищого класу. Бюджет участі виступив як інструмент допомоги бідним громадянам та домогосподарствам з метою досягнення більш високого життєвого рівня за рахунок публічних ресурсів. Протягом двох років урядом було проведено низку експериментів з метою запуску у дію зазначеного інструменту і до бюджетного процесу було залучено біля 1000 громадян. В 1992 році кількість учасників збільшилася до 8000 осіб і продовжила зростати до 20000 осіб на рік. Позитивні результати програми призвели до розуміння важливості участі громадян у прийнятті рішень і бюджет участі як інструмент знайшов своє застосування в різних штатах Бразилії, а також розповсюдився по всьому світу. Зокрема, в своєму дослідженні Nelson Dias та Simon Júlio відмічають, що на сьогодні від 7059 до 7671 громад в світі використовують цей інструмент. В розрізі регіонів вони надають такі дані: Європа – 3452-3601, Латинська Америка та Кариби – 2438-2700, Азія – 734-875, Африка – 350-400, Північна Америка – 75-80 [3].

В українських громадах бюджет участі розповсюджується досить швидкими темпами. Так, в 2015 році даний інструмент було впроваджено лише в трьох містах: Черкасах, Чернігові та Полтаві (в рамках проекту польсько-української фундації співпраці ПУАСІ), станом на вересень 2017 року подібну ініціативу реалізовувало вже 92 органи місцевого самоврядування (1 обласна рада, 1 районна рада, 12 об'єднаний територіальних громад та 78 міст) [4], а в 2018 році – більше 100 громад (в тому числі всі обласні центри). Саме підвищений інтерес та позитивна динаміка впровадження бюджету участі в українську практику, формує потребу у більш детальному вивченні даного інструменту з метою застосування кращих практик та пошуку найбільш ефективної моделі.

Хоча термін «бюджет участі» може застосовуватися для опису різноманітних видів діяльності [5], але на сьогодні під ним найчастіше розуміють широке залучення громадян до процесів прийняття рішень щодо напрямів використання бюджетних коштів відповідно до визначених самими громадянами потреб та проблем.

І. Сінтомер, К. Герцберг, А. Роке в своєму дослідженні зауважують, що існує певна проблема з визначенням даного поняття, оскільки існують різні форми участі громадян у процедурі розподілу бюджету. «В деяких випадках, термін «бюджет участі» стосується виключно інформаційної події, яка пов'язана з бюджетом, без консультацій з громадянами. Однак, інші приклади, які на місцевому рівні можуть не називатися «бюджетами участі», можуть мати ознаки інтенсивного процесу участі» [6].

У Великобританії Департаментом у справах громад та місцевого самоврядування розроблено наступне визначення бюджету участі: «Бюджет участі безпосередньо залучає місцевих жителів до прийняття рішень щодо пріоритетності витрат для певного публічного бюджету. Це означає залучення населення та груп, які представляють всіх членів громади, до обговорення пріоритетів, внесення пропозицій та голосування щодо витрат, а також відведення місцевим жителям ролі в перевірці та моніторингу цього процесу» [7].

В Україні на сьогодні використовуються, як зазначалося вище, різні терміни, а також визначення для даного інструменту. Зокрема, Львівська, Київська, Черкаська, Рівненська міські ради та інші використовують термін «громадський бюджет». На сайті Львівської міської ради використовується наступне визначення: «громадський бюджет – демократичний процес, який надає можливість кожному жителю брати участь в розподілі коштів місцевого бюджету через створення проєктів для покращення міста та/або голосування за них» [8]. В Положенні про громадський бюджет міста Києва зазначається, що «громадський бюджет міста Києва – механізм взаємодії Київської міської ради та виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з громадськістю, спрямований на залучення учасників громадського бюджету міста Києва до участі у бюджетному процесі, подання командами проєктів, прийняття участі у командах проєктів, проведення голосування за проєкти, здійснення контролю за їх реалізацією в межах визначених Київською місцевою радою параметрів громадського бюджету» [9].

В місті Рівному громадський бюджет визначено, як частину бюджету міста Рівного, з якого здійснюється фінансування визначених безпосередньо членами територіальної громади заходів, виконання робіт та надання послуг відповідно до оформлених проєктів, які стали переможцями конкурсу [10].

В Полтаві, Івано-Франківську, Дніпрі, Нікополі та інших містах використовують одночасно терміни «партиципаторне бюджетування» та «бюджет участі». Відповідно, в міських цільових програмах у даних громадах використовують практично однакові визначення даного інструменту (відмінність – назва громади). В місті Полтава: «Партиципаторне бюджетування (бюджет участі) – процес взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю, направлений на включення жителів, які постійно проживають у межах м. Полтави до прийняття рішень щодо розподілу визначеної Полтавською міською радою частини міського бюджету» [11].

В цілому в своєму дослідженні щодо стану впровадження громадського бюджету в Україні А. Ємельянова, С. Лобойко та К. Літвінова наводять 25 варіації визначень даного поняття [4]. В таких громадах, як Добропілля, Краматорськ, Лиманська ОТГ, Луцьк, Марганець визначення бюджету участі не дано. Найбільш вузьке визначення містить лише вказівку на те, що це є «частиною міського бюджету міста, обсяг якої визначений міською радою» (Енергодар, Ромни). Більшість визначень (13 з 25) розглядають цей інструмент, як частину бюджету міста, за рахунок якої здійснюється фінансування заходів (проєктів), визначених (поданих) членами територіальної громади. Чотири визначення наголошують, що бюджет участі є процесом взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю щодо залучення жителів міста до бюджетного процесу.

На нашу думку, поняття бюджету участі є набагато ширшим ніж просто «частина бюджету міста». Це – саме процес залучення жителів громади до вироблення політики щодо підвищення якості та рівня свого життя шляхом безпосередньої участі у розподілі частини бюджетних коштів та контролі за їх використанням. Зрозуміло, що рівень участі в зазначеному процесі може бути різний від пасивного (отримання інформації, голосування) до більш активного (ініціювання проектів, участі в консультаціях та освітніх заходах, реалізації проектів, контролі за їх впровадженням). Цікавою є думка, що бюджет участь – це «елемент конкретної філософії самоврядування як спільноти, тобто сукупності влади і мешканців однієї територіальної одиниці, які співпрацюють між собою заради розвитку останньої» [12, с. 6].

Список використаних джерел

1. Sintomer Y., Herzberg C., Allegretti G., Röcke A. Dialog Global Number 25 Learning from the South: Participatory Budgeting Worldwide – an Invitation to Global Cooperation. URL: https://www.buergerhaushalt.org/sites/default/files/downloads/LearningfromtheSouth-ParticipatoryBudgetingWorldwide-Study_0.pdf
2. Wampler B. A Guide to Participatory Budgeting. URL: <https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/A-Guide-to-Participatory-Budgeting.pdf>.
3. Dias N., Júlio S. Hope for democracy. 30 years of Participatory Budgeting worldwide. Epic Books et Oficina, 2018
4. Ємельянова А., Лобойко С., Літвінова К. Стан впровадження громадського бюджету (бюджету участі) у містах України: аналітична записка. К.: Центр розвитку інновацій, 2017. 42 с.
5. Williams E., Denny E. St., Bristow D. Participatory Budgeting: An Evidence Review. Public Policy Institute for Wales. August 2017. p.2. URL : http://ppi.w.org.uk/files/2017/08/PPIW-report_participatory-budgeting-evidence-review_-July-2017-FINAL.pdf.
6. Sintomer Y., Herzberg C., Röcke A. Participatory Budgeting in Europe: Potentials and Challenges. International Journal of Urban and Regional Research. 2008. Volume 32. URL : <https://www.eukn.eu/fileadmin/Lib/files/EUKN/2013/Participatory%20budgeting%20in%20Europe%20-%20potentials%20and%20challenges.pdf>
7. Communities in the driving seat: a study of Participatory Budgeting in England Final report SQW. URL : https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/6152/19932231.pdf.
8. Інформаційний портал депутатів Львівської міської ради URL : <https://www.lvivrada.gov.ua/gromadska-uchast/gromadskyi-budget>
9. Положення про громадський бюджет міста Києва. Додаток 1 до рішення Київської міської ради від 22.12.2016 № 787/1791(в редакції рішення Київської міської ради від 17.04.2018 № 787/1791). URL : <https://kmr.gov.ua/uk/provisions-public-budget>
10. Положення про громадський бюджет у місті Рівному. Затверджене рішенням Рівненської міської ради від 18.08.2016 №1456. URL : <https://rivne.pb.org.ua/help/base>
11. Міська цільова програма «Партиципаторне бюджетування (бюджет участі) у м. Полтаві» на 2016-2020 роки Офіційний сайт Полтавської міської ради та виконавчого комітету. URL : <http://www.rada-poltava.gov.ua/people/parcutupator/>
12. Стандарти процесів партиципаторного бюджетування у Польщі. Варшава: Фондація Лабораторія суспільних досліджень та інновацій «Сточня», 2015. URL : https://pauci.org/upload/files/standardy_budzetow_EU.pdf.

БРЕНД КРАЇНИ: ПОНЯТТЯ ТА ВИМІРЮВАННЯ

Ільченко Н. В., к.н.держ.упр., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Бренд території побутує в уявленні різних груп цільової аудиторії як комплекс образів, асоціацій та очікувань. Він становить раціональну або емоційну цінність, що формується в процесі взаємин із споживачем. Бренд відображає неповторні характеристики території, її принади, що здобули суспільне визнання та мають стабільний попит серед цільової аудиторії. [1].

Потужний і позитивний національний імідж - одне з найцінніших активів для будь-якої країни в нинішню епоху. Він здатний приводити в рух соціальні, економічні та культурні процеси. У 1996 році Саймон Анхольт ввів термін «національний бренд» і поклав початок важливій галузі досліджень і практики. З тих пір він консультував глав держав і глав урядів 56 країн, щоб допомогти їм спланувати політику, стратегії, інвестиції та інновації, які приведуть їх країну до поліпшення іміджу і репутації [2].

На думку С. Анхольта процес брендінгу країни – це створення сукупності шести показників її сприйняття: своєї туристичної привабливості, експортного потенціалу, інвестиційного клімату, системи управління, культурно-історичної спадщини та людського ресурсу.

Експорт – імідж продуктів і послуг з кожної країни і ступінь, в якій споживачі активно шукають або уникають товарів з кожної країни походження.

Управління – громадська думка про компетентність і справедливості національного уряду, а також про його передбачувану прихильність до глобальних проблем, таких як мир і безпека, справедливість, бідність і навколишнє середовище.

Культура і спадщина – глобальне сприйняття спадщини кожної нації і визнання її сучасної культури, включаючи кіно, музику, мистецтво, спорт і літературу.

Люди – репутація населення щодо компетентності, відкритості і дружелюбності, а також інших якостей, таких як терпимість.

Туризм – рівень інтересу до відвідування країни і залучення природних і штучних туристичних визначних пам'яток [2].

Відповідно, на основі даних показників розроблено інтегральний індекс Nation Brands IndexSM (NBI), який дозволяє оцінити, як громадяни бачать свою країну. NBI – це глобальне щорічне дослідження, за допомогою якого будується профіль біля 50 країн шляхом он-лайн інтерв'ю з 20000 дорослих у віці 18 років і старше в 20-ти країнах-учасниках групи [3].

Наприклад, в 2019 році оцінювалися наступні країни:

- Північна Америка: Канада, США.
- Західна Європа: Австрія, Бельгія, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Голландія, Ірландія, Італія, Північна Ірландія, Норвегія, Шотландія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Сполучене Королівство.
- Центральна / Східна Європа: Чеська Республіка, Угорщина, Польща, Росія, Туреччина, Україна.
- Азіатсько-Тихоокеанський регіон: Австралія, Китай, Індія, Індонезія, Японія, Нова Зеландія, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань, Таїланд.
- Латинська Америка / Карибський басейн: Аргентина, Бразилія, Чилі, Колумбія, Еквадор, Мексика, Перу.

– Близький Схід / Африка: Ботсвана, Єгипет, Кенія, Нігерія, Катар, Саудівська Аравія, Південна Африка, Об'єднані Арабські Емірати.

В табл. 1 наведено рейтинг 10 країн, з найвищими показниками зазначеного індексу за 3 роки.

Як бачимо, лідерські позиції протягом трьох років займає Німеччина. Сильні сторони Німеччини у чотирьох категоріях: експорт, інвестиції та імміграція, культура та управління. Великобританія протягом 2020 року піднялася з третього місця на друге. Це стало можливим за рахунок укріплення позицій за такими показниками, як управління, культура, люди та туризм. Третє місце займає Канада і її позиції не погіршилися порівняно з минулим роком.

Найбільше погіршився рейтинг США. Так він перемістився з 6-го місця на 10-е. В країні різко знизилася оцінка за такими параметрами, як управління, люди, туризм, інвестиції та імміграція.

Таблиця 1 – Топ-10 країн за індексом Nation Brands IndexSM

Країна	Рейтинг		
	2020	2019	2018
Німеччина	1	1	1
Великобританія	2	4	3
Канада	3	3	5
Японія	4	5	2
Франція	5	2	4
Італія	6	7	6
Швейцарія	7	8	8
Австралія	8	10	9
Швеція	9	9	9
Сполучені Штати	10	6	6

Джерело: [4, 5]

С. Анхольт після дослідження 2020 року зазначив: «Не вперше в цьому році NBI показує, що на імідж країни навряд чи впливають внутрішні фактори: наприклад, наскільки добре чи погано країна впоралася з пандемією. Чому так? Тому що внутрішні справи більшості країн практично не впливають на життя людей за межами цих країн.

Що дійсно має значення, так це той вплив, який, як вважається, країна робить на інше людство і планету в цілому – позитивне або негативне. А оскільки потужний і позитивний «імідж бренду» безпосередньо сприяє зростанню туризму, торгівлі, талантів і інвестицій, такі міркування повинні бути в центрі економічного планування будь-якого уряду.

NBI ще раз говорить нам, що якщо країни хочуть досягти успіху, їм потрібно робити добро» [4].

Список використаних джерел

1. Кейс-стаді. Брендинг і маркетинг територій. У чому секрет найбільших успішних міст в Україні? Федерація канадських муніципалітетів. Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2019. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/486/Regional_BrandingMarketing_2019.pdf (дата звернення: 05.10.20).

2. Anholt Ipsos Nation Brands Index (NBI). URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/20-03-60_anholt-ipsos_place-branding.pdf (дата звернення: 05.10.20).

3. Nation Brands Index. URL: <https://www.gov.scot/collections/nation-brands-index/> (дата звернення: 05.10.20).

4. Германия сохраняет лидерство в рейтинге Nation Brands Index 2020. Россия занимает 27-е место <https://www.ipsos.com/ru-ru/nation-brand-index-2020>

5. Germany Retains Top “Nation Brand” Ranking, France and Canada Emerge to Round Out the Top Three. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-11/nbi_release_final_november_2019_0.pdf (дата звернення: 05.10.20).

УДК 631.11

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кальницький Р. О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 051 Економіка освітня програма «Економічна кібернетика» Черкаський державний технологічний університет

Вигідне геополітичне становище, суттєвий виробничий потенціал, наявність кваліфікованої робочої сили, потужна сировинна база в сільському господарстві визначають інвестиційну привабливість України та передумови для здобуття глобальних конкурентних переваг в аграрній сфері. Проте нині спостерігається збільшення обсягів імпортованих м'яса, фруктів, цукру-сирцю та інших видів продовольчих товарів. Водночас значна кількість вітчизняних сільськогосподарських виробників отримує збитки. Тому важливими науковими та практичними завданнями щодо стабілізації та подальшого розвитку сільського господарства України є формування механізмів забезпечення глобальної конкурентоспроможності аграрних підприємств.

У цілому в роки аграрної кризи сектор ОПГ виконував багатофункціональну роль, а саме: він став провідним джерелом підтримки добробуту для селян і багатьох мешканців міста, в умовах зростання безробіття серед селян ОПГ стали основною сферою зайнятості. Згідно з Законом України «Про особисте селянське господарство», який було прийнято в травні 2003 року, визначено правові, організаційні, економічні та соціальні засади його ведення. ОСГ – це господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, для задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки та споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг із використанням майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму [1]. Однак у теоретичному та методологічному аспектах залишаються недостатньо вивченими проблеми зміцнення конкурентних позицій аграрних підприємств та розробки ефективних маркетингових стратегій і досконалих організаційно-економічних механізмів управління конкурентоспроможністю. Фундаментальний характер цієї теоретичної наукової проблеми визначається відсутністю серед провідних економічних шкіл єдиних підходів до принципів формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств за критерієм ефективного функціонування їх у глобальному економічному середовищі. Це й визначає актуальність роботи, її мету й завдання. Й. Шумпетер стверджував, що конкуренція – це суперництво старого з новим. Прибуток і доход підприємця він розглядав як результат динамічних змін в економіці

внаслідок інноваційної діяльності [2]. Під інноваціями Й. Шумпетер мав на увазі впровадження нових технологій, нових товарів, нових типів організації виробництва, які надають очевидні переваги підприємству в зниженні витрат на виробництво одиниці продукції, що випускається, і підвищенні її якості [3]. Оцінку конкурентоспроможності сільськогосподарських формувань проводять за методом ринкових позицій, за якого існує два підходи до визначення конкурентоспроможності: структурний і функціональний. Структурний підхід до оцінки конкурентоспроможності дозволяє визначити вплив конкурентного середовища на сільськогосподарську організацію, її позицію на заданому товарному ринку, інтенсивність конкуренції. Для цього розраховуються показники ринкової частки, темпів зростання продажів і рентабельності ринку. Другим напрямом у визначенні конкурентоспроможності слугує функціональний підхід, де головну роль відіграють економічні показники діяльності організації. Аналіз конкурентоспроможності в сільськогосподарській організації за видами аграрної продукції в динаміці пропонують вести за відносними показниками: урожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин, окупності витрат, рентабельності, частки прибутку в обсязі продажів, трудомісткості, забезпеченості земельними ресурсами. Причому показник окупності необхідно визначати за виробничими затратами, оскільки тривалий період виробництва в сільському господарстві дозволяє використовувати засоби виробництва, придбані на більш ранніх етапах, що призводить у період інфляції та нестабільності економічних відносин до зменшення комерційних витрат, порівняно з виробничими. Вважається, що конкурентоспроможне виробництво засноване на поєднанні конкурентоспроможних галузей із високою організаційно-технологічною структурою, максимально й ефективно використовує ресурси, що приносить товаровиробнику прибуток, достатній для розширеного відтворення. У ролі абсолютних показників конкурентоспроможності галузі в сільськогосподарській організації виступають валовий та чистий прибуток, валовий дохід (чиста продукція), а відносними показниками – прибуток у розрахунку на одиницю використовуваних ресурсів (на 1 га, на 1 гол., на 1 люд.-год., на 1 грн вкладеного капіталу), рівень рентабельності, частка прибутку в обсязі продажів, трудомісткість та забезпеченість земельними ресурсами. Застосовувані для оцінки конкурентоспроможності продукції та галузі показники, маючи загальний підхід до їх визначення з оцінкою економічної ефективності сільськогосподарського виробництва, відрізняються методикою розрахунку. У сільському господарстві не вся продукція, особливо в рослинництві, набуває форми товару, частину її (корми, насіння, молодняк для власного відтворення) використовують для внутрішньогосподарського споживання. Тому конкурентоспроможність пропонують оцінювати з точки зору повного товарного виробництва, тобто всю вироблену продукцію враховувати як товар. У системі міжгалузевої конкуренції стосовно до сільського господарства вводиться показник прибутку на 1 га ріллі, хоча визначення його в тваринництві пов'язано з додатковими розрахунками. У ролі використовуваної ріллі в цій галузі виступає кормова площа. Показник прибуток на 1 га ріллі характеризує порівняльну економічну ефективність землі, зайнятої для виробництва різних видів продукції. Під час характеристики аграрного виробництва в цілому всі види виробленої продукції наводяться до єдиного вимірника – умовної продукції, а рівень конкурентоспроможності оцінюється за показниками ресурсоемності (трудомісткість та енергоемність 1 т умовної продукції), рентабельності, а також обсягу продажів у розрахунку на 1 га ріллі для 1 т умовної продукції.

Із вищесказаного можна зробити висновок, що в західних європейських країнах і США критерієм зовнішньої конкурентоспроможності сільськогосподарської організації виступає частка ринку, займана даною продукцією (даною організацією), і пов'язані з нею показники. Внутрішня конкурентоспроможність організації визначається витратами й

результатами виробництва продукції. Їхній рівень залежить від технології вирощування сільськогосподарської культури та утримання тварин, а в ролі основного критерію конкурентоспроможності використовується маржинальний дохід. На нашу думку, підсумковим критерієм конкурентоспроможності як продукції, так і організації можна вважати частку ринку, оскільки вона тісно пов'язана з обсягами продажів і визначає одержуваний організацією рівень прибутку.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про особисті селянські господарства». *Відомості Верховної Ради*. 2003. № 29. С. 232–233.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1972. 210 с.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М. : Прогресс, 1982. 455 с.
4. Мишулина О. В., Горелова Н. С. Методы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной организации. URL : <http://group-global.org/files/38/df91354bf7231c8a60814064a93/2b.doc>.

УДК 336.717.061

**МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Кириченко М. А., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка, освітня програма «Економічна кібернетика»
Черкаський державний технологічний університет

Об'єктивною необхідністю успішного функціонування будь-якого підприємства на ринку сьогодні є оцінка його конкурентоспроможності. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості є особливо важливою характеристикою їх діяльності, основою ефективного розвитку.

Конкурентоспроможність потребує розробки стратегії діяльності підприємства. Щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності для здійснення виробничої діяльності потрібно вдосконалювати та оновлювати обладнання, проводити економічний аналіз, та вчасно виявляти прогалини в кожній із сфер діяльності [2, с. 55].

Конкурентоспроможність підприємства розглядається як його спроможність зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку за рахунок ефективного використання природних, фінансових, матеріальних, кадрових й інформаційних ресурсів [4, с. 9]. Тому для успішної діяльності підприємства необхідно постійно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності, тобто визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити його можливості та загрози, і в результаті удосконалити його стратегію функціонування.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства – це визначення конкурентного становища підприємства на ринку та розробка обґрунтованих заходів щодо його покращення.

Існують різні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Їх можна розбити на дві групи – кількісні та якісні. Оцінка кількісних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості є досить великою та

різноманітною, враховуючи частки підприємства на ринку за різним групуванням показників. Якісні методи не пов'язані з кількісними розрахунками, а засновані на експертних оцінках (наприклад, SWOT-аналіз).

Різноманітність методів ставить перед суб'єктом господарювання вибір оптимального методу оцінки конкурентоспроможності, який би не тільки констатував його поточний стан, а й дав змогу в сучасних ринкових умовах спланувати подальшу діяльність, вибрати найбільш вагомі фактори конкурентоспроможності та сформувані ефективну стратегію.

Важливим елементом дослідження підприємства на конкурентоспроможність є дослідження на конкурентоспроможність його продукції. Конкурентоспроможність продукції – одна з найважливіших характеристик, яка забезпечує конкурентоспроможність підприємства. Можливість підприємства конкурувати на визначеному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару та сукупності економічних методів діяльності підприємства, що впливають на результати конкурентної боротьби. Проте конкурентоспроможність продукції є необхідною, але недостатньою умовою конкурентоспроможності підприємства. Тобто, можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить як від конкурентоспроможності товару так і від сукупності економічних методів діяльності підприємства [3, с 5].

Конкурентоспроможними є ті підприємства, де краще організовані виробництво та збут товарів, ефективне управління фінансами. Конкуренція охоплює всі зв'язки виробництва і споживання, є єдиною можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку – суспільними потребами та виробництвом. Конкуренція виконує функцію спілкування та погодження інтересів виробників – у результаті поділу праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг.

Українські підприємства харчової промисловості, зокрема з виготовлення сиру, мають великий ринковий потенціал. Зараз на ринку такий період, коли йде боротьба за виявлення лідера, що вимагає пошуку ефективної конкурентної стратегії підприємства. Завдяки дослідженню сучасних тенденцій розвитку ринку сиру, а також сукупність ефективних дій підприємства допоможуть зайняти позицію лідера, зберегти попит і вийти на зовнішній ринок. [1, с. 10].

Оцінка та аналіз отриманих значень у результаті діяльності підприємства дає змогу визначити резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства [5, с. 59].

Отже, для оцінки конкурентоспроможності підприємств найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методик, результати яких доповнюють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про її рівень

Список використаних джерел

1. Дмитренко Н. М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК: Автореф. дис. канд. екон. наук. Дніпропетровськ: ДДАУ, 2018. С. 6.
2. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні: монографія. За ред. П. Т. Саблука і В. І. Бойка. К.: ННЦ ІАЕ, 2015. 340 с.
3. Кравців Р. Й., Хоменко В. І., Островський Я. Ю. Молочна справа. К.: Вища шк., 2018. 279 с.
4. Мельник С. І. Проблеми формування конкурентних переваг підприємств агропромислового комплексу в ринкових умовах: автореф. дис. ... докт. екон. наук: 08.00.04: захист 31.03.2011. Луганськ, 2011. 32 с.
5. Парсяк В., Дибач І. Аналітичні передумови управління конкурентоспроможністю невеликих підприємств. *Економіст*. 2010. №8. С. 56–59.

ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

- Коваль А. І.**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет
- Рябоконт Н. П.**, к.е.н., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
- Чухліб А. В.**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет

Сьогодні, в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та зростаючої конкуренції особливого значення набуває підсистема системи управління розвитком персоналу. Ступінь розвитку персоналу визначає ефективність діяльності будь-якої організації. Цілеспрямованість, знання та вміння працівників організації дають можливість досягти високих результатів навіть в економічно нестабільні періоди розвитку економіки.

Тому, незважаючи на обмеженість ресурсів організації, одним із стратегічних завдань є формування ефективної системи розвитку персоналу сучасної організації.

Підсистема управління розвитком персоналу – сукупність організаційно-економічних заходів служби управління персоналом організації у сфері навчання персоналу, його перепідготовки та підвищення кваліфікації. Ці заходи охоплюють питання професійної адаптації, оцінки кандидатів на вакантну посаду, поточної періодичної оцінки кадрів, планування ділової кар'єри та службово-професійного просування кадрів, роботи з кадровим резервом, винахідницької та раціоналізаторської роботи в організації [1].

Розвиток персоналу є однією з підсистем комплексної системи управління персоналом. Для виокремлення актуальних важелів впливу на розвиток персоналу з'ясуємо сутність поняття «розвиток персоналу» (табл. 1).

Аналіз визначень свідчить що більшість авторів робить наголос на підвищенні кваліфікації працівників у відповідності до стратегії розвитку організації.

Проте, зважаючи на те розвиток означає процес, унаслідок якого відбувається перехід до вищого якісного стану внаслідок певних впливів, слід відмітити що розвиток працівників в організації враховує не тільки професійні знання а й рівень освіченості, розумової, культурної і, духовної зрілості.

На нашу думку не можна, відокремлювати професійний розвиток працівника від особистісного. Розвиток персоналу повинен базуватися на гармонійному поєднанні особистісних, професійних, соціальних, моральних й інших якостей людини, які визначаються у мисленні почуттях та поведінці працівників.

Процеси розвитку персоналу впливають на зміни моделі поведінки персоналу. Саме тому, в результаті покращується морально-психологічний клімат у структурних підрозділах організації, підвищується мотивація працівників до праці, їх вірність цілям і стратегічним задачам компанії, забезпечується наступність в управлінні, а також знижується плінність кадрів.

Розвиток персоналу забезпечує підвищення загального інтелектуального рівня особистості, розширює її ерудицію та коло спілкування, оскільки освічена людина вільно орієнтується в сучасному складному світі, у відносинах з людьми.

Вимоги до професійних знань, навичок і якостей керівників, фахівців і інших працівників, формуються формуватися на основі цінностей, прийнятих в організації певної ідеології, що визначаються корпоративною культурою.

Таблиця 1 – Сутність поняття «розвиток персоналу»

Автор	Визначення
В. М. Гриньова	розглядає розвиток персоналу, як проведення заходів, що сприяють повному розкриттю особистого потенціалу працівників і зростання їхньої здатності робити значний внесок у розвиток організації [2]
А. Я. Кібанов	розвиток персоналу – це сукупність організаційно-економічних заходів служби управління персоналом у сфері навчання персоналу організації, його перепідготовки і підвищення кваліфікації [3]
Р. Марра і Г. Шмідт	розглядають розвиток персоналу як навчання і підвищення кваліфікації персоналу [4]
П. Е. Шлендер	пояснює розвиток людських ресурсів – як систему заходів, спрямованих на підтримку здібних до навчання працівників, поширення знань і передового досвіду, навчання молодих кваліфікованих співробітників [5]
В. А. Савченко	розвиток персоналу є системним організованим процесом безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу [6]
В. М. Маслова	вважає, що розвиток персоналу – це сукупність заходів, спрямованих на розвиток людського потенціалу підприємств [7]
Ф. І. Хміль	зазначає, що розвиток персоналу – це повторюваний процес, що веде до досягнення таких показників рівня кваліфікації працівників, які відповідають стратегії розвитку організації [8]
Н. Том	вважає, що розвиток персоналу це цілеспрямований комплекс інформаційних, освітніх та прив'язаних до конкретних робочих місць елементів, які сприяють підвищенню кваліфікації працівників даного підприємства у відповідності із завданнями розвитку самого підприємства і потенціалом та нахилами співробітників[9]

Тому, на нашу думку, корпоративна культура є одним з найбільш вагомим важелів впливу на розвиток персоналу. оскільки вона формує мотиваційні цінності які узгоджуються зі стратегією розвитку компанії, визначає стандарти якісної роботи, відповідних знань та вмінь персоналу, вимоги до рівня освіченості та способів поведінки персоналу.

З метою визначення найбільш дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності персоналу, подальші дослідження повинні бути спрямовані на з'ясування прикладних аспектів впливу корпоративної культури на розвиток персоналу.

Список використаних джерел

1. Базалійська Н. П., Пилипчук У. О. Управління розвитком персоналу як функціональна підсистема системи управління персоналом. *Молодий вчений*. 2014. № 6(1). С. 73–75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_6%281%29_19
2. Гриньова В. М., Новікова М. М., Салун М. М., Красноносова О. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом. Навчальний посібник. Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. 428 с.
3. Кібанов А. Я. Управление персоналом организации: учебник. 3-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2007. 638 с.
4. Марра Р. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики. М.: Изд-во МГУ, 1997. 480 с.
5. Шлендер П. Э. Управление персоналом. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 320 с.

6. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2002. 351с.
7. Маслова В. М. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2007. 159 с.
8. Хміль Ф. І. Управління персоналом. Підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Академвидав, 2006. 488 с.
9. Крымов А., Ярных В., Иванова С., Кобзева В.и др. Лучшие HR-решения. М.: Вершина, 2009. 192 с.

УДК 338.433:339.137

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Коломицева О. В., д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Черкаський державний технологічний університет
Сергієнко О. А., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

В умовах трансформаційних змін ринкової економіки та мінливих умов ведення бізнесу на ринку України, зростання вимогливості споживачів, а також інформаційної - трансформаційної перенасиченості, одним із найбільш значимих завдань для більшості вітчизняних підприємств стає досягнення і збереження сталих ринкових позицій. Збільшення експорту вітчизняної аграрної продукції та лідерство українських агровиробників на світових ринках (порівняно з 2018 р. обсяг експорту аграрної продукції зріс на 19%, тоді як загальний експорт товарів з України – лише на 6%) [1] формує необхідність у дослідженні дієвих механізмів позиціонування як підприємств, так і їх продукції. Ефективне позиціонування підприємства формує його імідж та успіх на ринках збуту. Позиціонування, як складова маркетингу, визначає необхідність детального теоретико-практичного дослідження, зважаючи на відсутність достатніх ґрунтовних напрацювань даної проблематики вітчизняними науковцями та, відповідно, відсутності фундаменту для практичного втілення даного елемента маркетингової політики підприємства.

Поняття «позиціонування» з'явилося в маркетингу в 1972 р. завдяки працям американських маркетологів Елла Райса і Джека Траута. Джек Траут характеризує свою працю «Позиціонування. Битва за впізнаваність», що стала вже класичною, як «книгу про те, як працює людський мозок» в умовах перенасиченого ринку [2, с. 46]. Автори наголошують, що традиційні підходи в маркетингу безнадійно застаріли, і пропонують, розглядаючи ряд прикладів, новий ефективний підхід, який і називають позиціонуванням.

Протягом останніх десятиліть сформувався новий етап економічного розвитку, який, з одного боку, зумовлений революцією інформаційних технологій та відповідними технологічними трансформаціями, а з іншого – посиленням глобалізаційних процесів у всіх сферах соціально-економічного середовища. Це, в свою чергу формує відповідні зміни у технологіях, методах та підходах до позиціонування продукції на ринках.

Розглядаючи позиціонування як функцію регіонального маркетингу Ф. Котлер, ставить її поряд з такими функціями, як: розробка для регіону привабливого іміджу, створення стимулів для існуючих і потенційних покупців та користувачів місцевих товарів і послуг, підвищення обсягів поставки продуктів і послуг даного регіону на зовнішні ринки в ефективній і доступній

формі, пропаганда унікальних і корисних якостей даного регіону з метою повноцінного інформування інвесторів, туристів та інших категорій користувачів про його відмітні переваги, медіація регіонального розвитку, орієнтована на забезпечення гнучкого поєднання інтересів і цілей загальнонаціонального та регіонального масштабу, а також на узгодження цілей і стратегій місцевих підприємств з регіональними цілями та інтересами [4, с. 44].

Узагальнення основних наукових підходів до визначення терміну дозволяє підсумувати, що суть позиціонування продукції полягає у представленні іншим учасникам ринкових відносин вигід (переваг, відмінностей) запропонованої продукції порівняно з конкурентною. Досить цікавим є підхід Кошарної П.С., яка акцентує увагу на тому, що позиціонування, як одна з маркетингових технологій, є не властивостями, які сприймаються споживачами продукції, а відомостями, які подаються споживачу про ці властивості (цінності). Тобто, фактично продукція може не володіти цими якостями, а бути представленою у тому ракурсі, який доцільний для відповідної категорії споживачів [3, с. 44].

До того ж, важко погодитися з думкою Артюхова К.В., Бондаренко В.В. стосовно того, що позиціонування впливає на поведінку споживачів у короткостроковому періоді, оскільки ефективно обрані позиції є стійкими та пристосованими до майбутнього розвитку, які здатні еволюціонувати та трансформуватися на різних етапах життєвого циклу продукції та підприємства. Зважаючи на розглянуті підходи, можна виокремити наступні характерні особливості позиціонування продукції:

- позиціонування є результатом роботи свідомості споживача, тобто це те, як останній сприймає продукцію або підприємство в цілому;
- позиціонування формується на преференціях (вигодах), які отримує споживач від володіння товаром або співробітництвом з підприємством;
- сприйняття позиції продукту одним покупцем відрізняється від сприйняття цього самого продукту іншим покупцем залежно від індивідуальних цінностей та потреб кожного з них;
- сформований образ продукції, яка позиціонується на ринку, здатен еволюціонувати у довгостроковій перспективі.

Позиціонування продукції аграрних підприємств здійснюється зважаючи на особливості сільського господарства, а саме: сезонність виробництва, високий рівень залежності від природно-кліматичних умов, роль та значення продукції, різноманітність організаційних форм господарювання, часова розбіжність у вирощуванні та виготовленні готової продукції, рівнем участі держави у розвитку комплексу тощо [5, с. 24].

Продукцію аграрних підприємств варто розглядати не лише відповідно до стандартних якостей (задоволення продовольчих потреб), але й як послуги та ідеї. Важливого значення набуває пропозиція ідей, що популяризує бережливе ставлення до навколишнього природного середовища, піклування про безпечне та здорове харчування покупців.

Висновки. Розглянуто основні підходи до розуміння категорії «позиціонування продукції» та виокремлено характерні особливості та складові стратегії позиціонування продукції аграрних підприємств. При створенні маркетингової стратегії позиціонування продукції аграрних підприємств варто узгоджувати їх потенційні можливості щодо задоволення потреб кінцевих споживачів з приводу асортименту, якості та ціни; зважати на максимальне використання власних конкурентних заслуг та слабкі сторони опонентів; обґрунтовувати стратегії позиціонування, використання основних маркетингових інструментів (асортименту, ціни, каналів розподілу та просування, персоналу). Механізм ефективного позиціонування продукції аграрних підприємств передбачає цілісність, єдність, впорядкованість усіх кроків. Перспективою подальших досліджень є визначення методичного інструментарію обрання та реалізації стратегій позиціонування, а також оцінювання ефективності представлених пропозицій позиціонування та надання прогнозів щодо можливих наслідків їх впровадження.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт інформаційної компанії «ПроАгро Груп». 05.02.2020. URL: <http://www.proagro.com.ua/news/world/26928.html> (дата звернення 30.03.2020).
2. Траут Дж., Райс Е. *Позиционирование. Битва за узнаваемость*. СПб. : Питер, 2004. 256 с.
3. Кошарна П. С. *Формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства*: дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н.: 08.00.04. X. 2015. URL: http://www.hneu.edu.ua/web/public/moved/hneu/NAUKA/Vchenna_rada/KosharnaP.S.-Disertaciya.pdf (дата звернення 30.03.2020).
4. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. *Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы*. С.Пб. : Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 384 с.
5. Логоша Р. В., Польова О. Л. Особливості формування маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 11(2). С. 22–26.

УДК 631.11:65.012.34

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ
ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ**

Коляденко О. Л., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

Одним з основних завдань агропромислової логістики є утворення інтегрованої ефективної системи регулювання і контролю за матеріальними та інформаційними потоками сільськогосподарських підприємств, яка високо функціонує на забезпеченні якісної та своєчасної поставки продукції.

Враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, агрологістика – це джерело формування додаткового прибутку за рахунок скорочення внутрішньогосподарських витрат на комплекс логістичних активностей.

Агрологістична система – це особливий вид логістичних систем, функціонування яких пов'язане із виробництвом продукції з сільськогосподарської сировини, її зберіганням, переробкою і доведенням до споживача. Метою функціонування агрологістичних систем є задоволення потреб населення у якісній і своєчасній сільськогосподарській продукції та зниження витрат на її виробництво та переробку. Результативність функціонування логістичної системи залежить від досконалості економічного механізму функціонування останньої. Під економічним механізмом логістичних систем сільськогосподарських підприємств розуміємо комплекс специфічних форм і важелів, взаємодія яких забезпечує функціонування логістичних систем та ефективність управління ними, що в подальшому виведе підприємство на вищий щабель розвитку й закріпить його позиції на ринку. Необхідність формування механізму управління логістичною системою підприємства впливає з того, що він дає змогу швидко реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища за рахунок урахування великої кількості факторів і наявності необхідної кількості потрібної інформації.

Логістичне управління в підприємствах сільського господарства знаходиться на початковому етапі розвитку. Саме тому завдання вдосконалення формування системи

управління на засадах логістики набуває важливого значення та потребує доопрацювання наукових та практичних аспектів діяльності підприємств сільського господарства, створення відповідних методичних та організаційних інструментів управління. При цьому підготовка рішень у менеджменті все частіше здійснюється за допомогою моделей, що відображають особливості внутрішньовиробничих логістичних систем. Застосування відповідних моделей, як правило, вимагає значного обсягу вихідної інформації й опрацювання певних алгоритмів для оцінки й оптимального вибору серед існуючих альтернатив. Моделювання управлінських рішень у логістиці дозволяє здійснювати опис процесів та імітувати поведінку об'єкта при зміні зовнішніх і внутрішніх умов. Підтримка багатьох рішень в агрологістичних системах також здійснюється через процес моделювання за певним критерієм оптимальності. Композиція основних цілей функціонування агрологістичної системи має бути побудована на основі логістичного міксу (7 «R-s» – продукція, кількість, якість, місце, час, споживач, витрати) та окремих особливостей формування потоків агробізнесу.

Основними показниками оцінки ефективності логістичної системи підприємства, на наш погляд, повинні бути:

- моніторингові показники, що характеризують динаміку діяльності логістичної системи
- рівень сервісу, елементи структури витрат;
- контрольні показники, що свідчать про результативність діяльності системи, на основі яких здійснюється коригування діяльності у випадку відхилень від нормативів;
- показники оперативного управління, що характеризують рівень мотивації персоналу.

До показників, які характеризують логістичну систему, можна віднести показники оцінки логістичних активів (основних засобів, оборотного капіталу) – швидкість обертання запасів, термін окупності інвестицій, площа складських приміщень, їх місткість, пропускна спроможність, обсяг готової продукції тощо. До показників, що відображають діяльність системи, належать показники ефективності, продуктивності, надійності та гнучкості логістичної системи.

Ефективне логістичне управління є одним із важливих чинників реалізації конкурентного потенціалу сучасного підприємства. Теоретико-методологічні та прикладні напрацювання підприємницької логістики активно впроваджуються в операційну та стратегічну діяльність організацій у багатьох галузях економіки.

Отже для формування системного бачення дефініції «логістика сільськогосподарських підприємств» представлено авторський погляд на сутність її поняття, яке ґрунтується на певних засадах аграрної логістики. З економічної точки зору механізм управління логістичною системою сільськогосподарського підприємства включає в себе сукупність методів та засобів, які являються важелями логістичних процесів (керують діяльністю логістичної системи, контролюють і коригують дії, дають змогу вчасно виявити й реагувати на внутрішні та зовнішні зміни середовища). Побудова ефективного механізму управління логістичною системою підприємства переслідує мету оптимізувати та вдосконалити вже існуючу логістичну систему як у перспективі її функціонування, так і в реальному часі. Лише ретельне дослідження функціональних сфер логістичної системи, чітке формулювання завдань, поставлених перед створеною в підприємстві логістичною системою та розуміння поставлених цілей перед її розробниками дасть можливість створити ефективну логістичну систему й ефективний механізм управління нею. Результати дослідження сучасних тенденцій застосування логістичних систем сільськогосподарських підприємств доводять наявність позитивного взаємозв'язку між ефективною логістикою та успіхом в підприємницькій діяльності. Застосування логістики дає змогу визначити оптимальну технологію просування продукції рослинництва і тваринництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Оптимізація ресурсів може здійснюватися на різних рівнях ієрархії логістичної системи, наприклад у рамках функціональної сфери, підсистеми, окремої логістичної функції. Одночасно має бути виконаний принцип глобальної оптимізації, тобто локальні критерії оптимізації та рішення, що приймаються на їх основі, не повинні суперечити певному консенсусу логістичної системи в цілому. Таким чином, було розглянуто основні чинники і показники оцінки ефективності функціонування логічних систем, визначено основні проблеми та перспективи оптимізації логістичної діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Даниленко А. С., Варченко О. М., Шубравська О. В. та ін. Логістика: теорія і практика. Навч. посіб. К.: «Хай-Тек Прес», 2010. 408 с.
2. Крикавський Є.В. Інтеграція маркетингу і логістики в системі менеджменту. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2001. № 416. С. 52–61.
3. Окландер М. А. Логістична система підприємства. Монографія. О. : «Астропринт», 2004. 312 с.
4. Писаренко В. В. Особливості логістичних систем в сільському господарстві. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 7. С. 146–150.
5. Пелих С. А., Иванов Ф. Ф., Еородко М. В. Формирование региональных и отраслевых логистических систем (теория, методология, практика). Мн. : Право и экономика, 2011. 322 с.
6. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти. Монографія. Донецьк: Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2004. 162 с.
7. Чухрай Н. І., Патора Р. А. Інновації та логістика товарів. Монографія. Н.І. Львів: Вид-во Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2001. 264 с.
8. Coyle J. J., Bardi E. J., Langley C. J. *The Management of Business Logistics*. 5ed. St. Paul (Minn.): West Publishing Co., 2010. 232 p.

УДК 339.138:339.9:001.895]=111

SCIENTIFIC RATIONALE FOR THE PROSPERITY OF THE MARKETING TAKING INTO ACCOUNT THE DIRECTIONS OF ECONOMIC POLICY IN THE WORLD ECONOMY SYSTEM

Korol I., applicant of the third (educational and scientific) level of higher education
specialty 075 Marketing

Cherkasy State Technological University

Slyngo M., applicant of the third (educational and scientific) level of higher education
specialty 051 Economy

Cherkasy State Technological University

A wide range of the published scientific papers in the marketing field formation taking into account the directions of the economic policy in the world economy indicates that today there is considerable experience in the theory and practice of marketing, and, consequently, a wide area variety of the implementation and use.

Nowadays is considerable experience in the theory and practice of marketing, and, consequently, great areas variety of its implementation and use. Some scientists have considered marketing as a set of measures that promote the goods sale [1, 2]. Others consider marketing as a path from producer to consumer [3, 4]. Some define marketing as «all actions required to be performed by people who are responsible for sales promotion and transfer of goods to persons engaged in sales and advertising» [5]. And some see the marketing purpose not in the sales organization, but in the study of consumer needs, which will lead to the goods sale or services

without promotion [2, 3]. However, marketing is a multifaceted and extraordinary scientific concept and, in its formulation, today, if there is a single opinion in the system of the scientific knowledge, there is no unity among economists in defining the essence of the marketing concept at the global and national levels, as well as in formulating the concept of «global marketing». This situation is explained primarily by the evolution of the marketing theory, the forms variety of marketing in the applied aspect, as well as the globalization of the economic processes.

It is well known that the term «marketing» comes from the English «market» (market) and means activities in the market, however, marketing is a system of economic activity – a broader concept. Note that the scientific term «marketing» first appeared in Western economic literature in the early twentieth century, meaning and content which changed as social development, social and economic level of the world economy in general and individual countries in particular. At the same time, the tasks range solved by marketing expanded, both at the scientific and applied level, as a result, which its theoretical and practical significance invariably grew, the general nature of the marketing activity, the orientation of its methods, and structure of marketing tools changed.

Having studied marketing by the development of its concepts, marketing development can be divided into five stages:

1. Pre-marketing period (1946-1953). This period is characterized by the intensification of the food program by intensifying the basic food provision and industrial goods and the imported technology from industrialized countries.

2. Stage of the study and marketing development(1954-1963) This period is characterized by the rapid growth of the production, trade liberalization and trade relations, consumers reorientation from savings and accumulation to consumption; published several advanced books on the marketing basics; formed marketing schools: the macro marketing school, the consumerism school, the school of a systematic approach to marketing, the school, which is based on the theory of the consumer behavior, behaviorist, the school of strategic marketing management).

3. Stage of the spread (1964-1969) this period is characterized by an increase in the purchasing power of the population, a significant increase in demand for luxury items, the intensification of Japanese industry in the processes of the diversification production and expansion of the export operations.

4. Expansion of sales and marketing functions (1970 - 1973) this period is characterized by an exacerbation of the energy resources crisis, increasing problems with environmental protection, reducing the quality life.

5. Global marketing (1974 - today) this period is characterized by markets saturation, the rapid industries development that uses the most advanced and advanced technologies, increasing market quotas, elimination of the trade barriers; fierce competition in domestic markets increases the companies efficiency and facilitates their participation in the competition in international markets; in the mid-1980s, an information marketing environment was formed, the founders which were F. Kotler, D. Levy, and others).

It should be added that the scientific marketing scientists schools of propose to consider the marketing theories evolution of the national economy in accordance with the development of its concepts:

- the improving product concept based on the consumer preferences of the widely available goods. In this case, the essence of the management concept is to improve production and reduce prices;

- the improving product concept based on the consumer preferences of the widely available goods. In this case, the essence of the management concept is to improve production and reduce prices;

- the social marketing concept (socially-oriented or socially responsible marketing), the essence which is a combination of satisfying consumer needs and long-term social well-being or

identical in content to the concept of the educated marketing, which involves consumer satisfaction by preserving consumer welfare and society as a whole [4].

Based on the conducted research, the marketing theories on an evolutionary basis are systematized and their formation as an independent scientific direction is substantiated.

Ensuring a high level of competitiveness and security of the national economy as a key factor in the socio-economic development of the state objectively requires an in-depth study of the scientific basis for the development of the marketing theories on a systematic approach, not only at the enterprise, economic activity, or society but also in functional areas by the national economy.

Thus, the connection of the structural elements the formation and development of the marketing system is a necessary condition for economic growth, the destabilization which can lead to unexpected economic consequences of the national economy.

References

1. Evans J., Berman B. Marketing. М.: Економіка, 1990. 350 с.
2. Drucker P. F. Management. Tasks, Responsibilities, Practies. N. Y.: «Harper R. Row», 1973.
3. Kotler P. Phasingout Weak Products. Harvard Business Review. 1965. March – April. P. 107–118.
4. Kotler F. Marketing – management. St. Petersburg: Peter, 2001. 752 p.
5. Kotler F., Armstrong G., Saunders D., Wong W. Fundamentals of Marketing. 2nd Europe. kind. М.: SPb.; К.: Williams Publishing House, 2002. 944 p.

УДК 658:004

ДІДЖІТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ

Костенко А. Ю., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кошеленко С. В.

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 розвитку 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 36 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/](https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-ta-navishho-tse-ukrayini/).

УДК 330.3

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

Кравченко О. В., аспірант, старший викладач
кафедри менеджменту невиробничої сфери
Донецький державний університет управління

Сталий розвиток – напрямок в управлінні, що відноситься до відповідального споживання та вироблення. Цей напрямок є моделлю людського розвитку, що потребує відповідальності, забезпечення сталості природних ресурсів та екосистем. Одне із головних правил – забезпечення потреб сучасного покоління таким чином, щоб не завадити майбутньому.

Основні цінності такого розвитку: світ без бідності, відсутність голоду, здоровий спосіб життя, якісна освіта для всіх, гендерна рівність, чиста вода та каналізація, відновлювані джерела електроенергії, економічне зростання, введення інновацій, толерантність, безпека міста та доступне житло, відповідальне споживання, боротьба із кліматичними змінами, збереження водних ресурсів, збереження екосистем на суші, верховенство закону, сумісне досягнення цілей. Забезпечення цих принципів залежить від змін у суспільних відносинах, етиці споживання та відношення людей до оточуючого середовища, збереження природи та цілісних екосистем.

Управління сталим розвитком на підприємстві є дуже важливим та актуальним напрямком в сучасних умовах. Підприємство треба розглядати системно, пов'язуючи усі процеси. Воно виконує три основні функції: одержання ресурсу ззовні, перетворення його на продукт чи послугу, та вихід продукту або послуги на ринок. Також управління як система складається із різних напрямів управління, таких як маркетинг, управління фінансами або персоналом, та його функцій, наприклад планування, мотивація та організація.

Важливим пріоритетом сталого розвитку є його соціальна орієнтована та соціальна відповідальна діяльність. Основними завданнями такої діяльності підприємства є:

- упорядкованість та адаптивність учасників відносин по відношенню до нестабільних соціальних та ринкових факторів;
- встановлення якісної системи управління та стратегії, які можуть адаптуватися до нестабільних зовнішніх факторів;
- відкритість системи відносин для кращої стабільності в конкурентній сфері.

Екологічний чинник є дуже важливим у роботі сталого розвитку. Підприємство має створювати принципи свідомої економіко-екологічної діяльності та відповідну стратегію у своїй роботі.

Управління сталим розвитком підприємства має враховувати розвиток макроекономічних процесів та підтримувати певну динаміку безперервного розвитку. Таке управління повинно мати на увазі перспективи та прогнози, та в той же час спиратися на попередній особистий та світовий досвід.

Розвиток підприємства як системи залежить від пріоритизації своїх цілей на різних рівнях та побудові між ними зв'язків та взаємодії, що дозволить інтегрувати інформаційне, енергетичне та матеріальне забезпечення до підприємства. Саме ці потоки та їхня взаємодія є найважливішими у сучасному підприємстві.

Актуальним підходом до такого управління є холістичний підхід, що базується на принципах синергії. Цей підхід орієнтований на системний характер управління та уявляє вихідний продукт чи послугу більшими за просту суму його складових. Це є системним підходом саме до взаємозв'язків та взаємодії ресурсів в системній організації.

Реакцією на проблеми класичної системи показників та індикаторів ефективності підприємства виникла Система Збалансованих Показників. Її концепція полягає у взаємозв'язках між досягненням кількісних та якісних цілей підприємства та комплексній оцінці та прогнозуванні рівня ефективності підприємства та його діяльності.

Таким чином, сталий розвиток підприємства – це напрям управління, що базується на принципах відповідального споживання, за допомогою системного підходу до своєї діяльності та політики. Вони повинні відповідати сучасним умовам, конструктивно підходити до оцінки своїх дій та вміти адаптуватися до сучасних економічних змін.

Метою такого підходу є забезпечення збалансованості обміну зовнішніх ресурсів, їх адекватного використання, оптимального пристосування до зовнішнього середовища. Така діяльність повинна створювати умови для безперервного розвитку із мінімальною шкодою, досягти чого можна завдяки органічному поєднанню процесів управління та системної узгодженості усіх процесів та цілей організації.

Список використаних джерел

1. Друкер П. Ефективне управління підприємством. 2008. 224 с.
2. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. Київ : Інтелсфера, 2002. 312 с.
3. Пакулін С. Л. Інноваційний соціально-домінантний розвиток регіону. *Бізнес Інформ*. 2013.
4. Пакуліна А. А. Інноваційний розвиток й соціальна сталість економічної системи регіону : тези доповіді. *Тренди та інновації в сучасній економіці : матеріали VII Міжн. наук.-практ. конф.*, 23-24 квітня 2015 р., м. Харків : у 2 ч. Харків : ХНУБА, 2015. Ч. 2.

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Крижанівська Л. Г., викладач кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Перспективи стабільного розвитку України безпосередньо пов'язані із забезпеченням гармонійного та ефективного функціонування механізмів державного управління. Одним із дієвих засобів підвищення якості державного управління є впровадження електронного урядування та його інструментів (електронний документообіг, надання адміністративних послуг в електронному вигляді, електронні петиції тощо) у діяльність місцевих органів виконавчої влади. Електронний документообіг є наріжним каменем електронного урядування і має значні переваги порівняно зі звичним, паперовим документообігом. Впровадження електронного документообігу в місцевих органах виконавчої влади зумовлено підвищенням культури діловодства, прискоренням термінів опрацювання документів, спрощенням їх пошуку та контролю за виконанням, удосконаленням механізмів узагальнення матеріалів, наданих від багатьох кореспондентів за уніфікованими електронними формами, економією коштів на тиражування та пересилання значної кількості документів тощо.

Прийняття управлінських рішень є основною функцією державної установи. При прийнятті рішень необхідна інформація, яка представляються у вигляді документів. Також у вигляді документів і оформляються самі рішення. І обсяг технічної роботи з документами найчастіше за все настільки великий, що може заміщати основний зміст діяльності, звідси – погіршується ефективність діяльності як окремих установ, так і системи державного управління в цілому. Основним механізмом організації взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, громадянами і суб'єктами господарювання повинен стати електронний документообіг з використанням електронного цифрового підпису.

Згідно Концепції розвитку електронного урядування в Україні, одним із пріоритетів України є розвиток інформаційного суспільства, яке можна визначити як орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на формування інноваційної моделі розвитку високотехнологічне суспільство, в якому кожен громадянин має можливість створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися та обмінюватися ними, щоб дати змогу кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал для забезпечення особистого і суспільного розвитку та підвищення якості життя.

Основним механізмом організації взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, громадянами і суб'єктами господарювання повинен стати електронний документообіг з використанням електронного цифрового підпису. Електронний документообіг – це сукупність технологій, які не тільки значно оптимізують, але й істотно змінюють роботу органів влади. Впровадження електронного документообороту сприятиме створенню умов для досягнення європейських стандартів якості послуг, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Для вирішення вищенаведених завдань важливу роль відіграє автоматизація роботи з документами, що циркулюють в органах влади. Саме автоматизація роботи з документами як складова частина запровадження електронного документообороту має найважливіше

значення для підвищення ефективності діяльності як окремих установ, так і системи державного управління в цілому.

Створення системи обміну електронними документами між організаціями дозволить забезпечити: радикальне прискорення доставки документів, гарантію доставки, доставку «під розпис» – оповіщення відправника про одержання і реєстрацію документа одержувачем та зниження витрат. Необхідно враховувати, що традиційний паперовий документообіг ще не швидко втратить своє значення – у найближчі роки важливі документи все одно будуть видаватися, затверджуватися і доставлятися в паперовому вигляді. Тим не менш існують інтегровані паперово-електронні технології, у яких документ пересилається в електронному вигляді, реєструється, і саме з електронною копією йде робота, а паперова копія передається звичайним шляхом. Введення законодавства, що забезпечує юридичну значимість електронного цифрового підпису, відкриває можливість створення систем обміну електронними документами, які не потребують дублювання електронних документів паперовими і дозволяють тим самим значно знизити витрати органів влади і управління.

Ідея електронного документообігу полягає в тому, що для документів взагалі не створюються паперові версії. Це дозволить значно підвищити ефективність і знизити витрати в порівнянні із змішаним документообігом. Необхідно мати на увазі, що перехід на чисто електронний документообіг вимагатиме значного часу. Але впровадження систем автоматизованого діловодства вже зараз створює хороші технологічні передумови для переходу до електронного документообігу, тому що в таких організаціях співробітники поступово відвикають мати справу з паперами (обіг паперів замикається на канцелярії, архіві та експедиції), і в них зникає технологічна необхідність.

Оскільки електронне документування стає невід'ємним атрибутом електронного урядування, є підстави стверджувати, що інформаційному суспільству притаманна ще одна повноцінна форма документа – електронна.

Отже, автоматизація роботи з документами як складова частина запровадження електронного документообороту має найважливіше значення для підвищення ефективності діяльності як окремих установ, так і системи державного управління в цілому. Ефективність роботи системи державного управління визначається трьома складовими: ефективністю взаємодії з громадянами і підприємствами, ефективністю внутрішньої роботи кожної установи окремо та ефективністю взаємодії органів влади між собою. Сучасні програмні засоби, розроблені корпорацією Microsoft та її партнерами, дозволяють успішно вирішувати всі ці проблеми. І сьогодні розробка і впровадження систем, які автоматизують обмін електронними документами між організаціями, є абсолютно реальною задачею.

Список використаних джерел

1. Бурніс'єн Ж., Оберт Р. Електронний документообіг. Удосконалення. Сучасні тенденції розвитку. К., 2009. С. 102–104.
2. Грабовський В. А., Маркуц О. Впровадження системи електронного документообігу. Національна академія державного управління при президентіві України, компанія ТОВ-ЕР-ДЖИ-ДЕЙТА. С. 82–86.
3. Демкова М. С., Фігель М. В. Доступ до інформації та електронне урядування. Центр політико-правових реформ. К.: Факт, 2004. 336с.
4. Радченко С. В. Особливості систем електронного документообігу в державних органах України. *Архів України*. 2013. № 4. С. 39–53.

ПАРТИЦИПАТОРНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗПОДІЛУ МІСЦЕВИХ РЕСУРСІВ: ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Манн Р. В., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет
Ляшов Д. О., к.е.н., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Розвиток України на засадах демократичних цінностей актуалізує роль ефективного використання бюджетних коштів відповідно до думки громадськості. Це формує потребу у залученні відповідних інструментів управління державними фінансовими ресурсами. У даному контексті партиципаторне бюджетування (бюджет участі) володіє високим потенціалом підвищення ефективності бюджетної політики.

Партиципаторне бюджетування має ряд переваг порівняно з традиційним управлінням місцевими бюджетами, оскільки передбачає не лише новий напрямок на шляху вирішення складних завдань, а й перетворює громадян на активних учасників даного процесу (рис. 1).

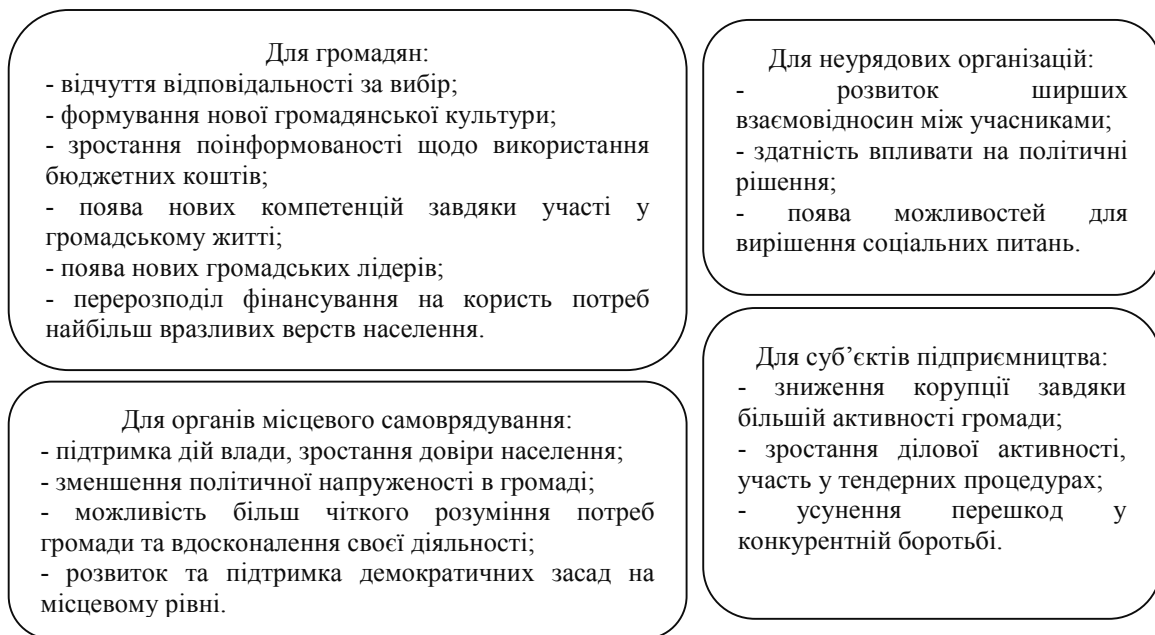


Рисунок 1 – Переваги партиципаторного бюджетування для учасників бюджетного процесу

Джерело: побудовано за даними [1, с. 114; 2, с. 109–110]

В Україні механізм партиципаторного бюджетування впроваджується лише з 2015 р. (завдяки фундації українсько-польського партнерства PAUCI). Станом на початок 2020 р. партиципаторне бюджетування активно використовується у 45 містах України (з яких 23 є обласними центрами) [3].

Бюджет участі є яскравою суспільною реакцією на політичний та олігархічний лобізм, корупцію, що особливо актуально для України. Однак, для більш активного впровадження у вітчизняній практиці даного інструменту використання місцевих фінансових ресурсів необхідно вирішити ряд завдань, зокрема [1, с. 118; 2, с. 113; 4]:

- встановити чіткі та доступні для розуміння всіх громадян правила реалізації всіх етапів бюджетування;
- підвищити дієвість освітньо-інформаційної кампанії серед населення на засадах системності та більш активного використання технологій медіапросування (організація відповідних флешмобів, семінарів, тренінгів);
- максимально залучати молодь через проведення інформаційних кампаній із представленням даних подій через соціальні мережі;
- скоротити адміністративний вплив під час голосування за проекти;
- досягти партнерства на місцевому рівні серед мешканців, згуртувати їх довкола спільних ідей та ініціатив;
- організувати дієвий механізм контролю на етапі голосування та реалізації проектів (вдосконалення платформ бюджету участі щодо ідентифікації осіб);
- розширити можливості для голосування у паперовому вигляді, залучити більшу кількість банківських установ (для охоплення ширших верств населення, зокрема, старшого покоління);
- встановлювати чітку регламентацію формування кошторисів громадських проектів, зменшення ступеня коригування фінансових витрат.

Отже, партиципаторне бюджетування є дієвим механізмом взаємодії місцевої влади та громадськості, що комбінує принципи демократії та прозорості. Використання бюджету участі в Україні дозволить раціонально та ефективно розпоряджатися бюджетними коштами, підвищувати раціональність реалізації бюджетної політики на місцевому рівні, забезпечувати соціально-економічний розвиток держави в цілому.

Список використаних джерел

1. Сизоненко О. В. Бюджет участі в системі публічних фінансів. *Світ фінансів*. 2019. Вип. 1. С. 111–120.
2. Лещук Г. В. Теоретико-прикладні аспекти планування та реалізації громадських проектів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24(2). С. 109–114.
3. Бюджет участі в містах України: регіональний розріз. Офіційний сайт Одеської обласної організації «Комітет виборців України». 17.01.2020. URL: http://cvu.od.ua/ua/announce/byudjet-uchasti-v-mistah-ukrayini-regionalniy-rozriz_656/.
4. Фундація україно-польської співпраці PAUCI. URL : <http://www.pauci.org/>.

УДК34.342:336.11

СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ В УКРАЇНІ

Манн Р. В., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління
Черкаського державного технологічного університету

Публічні фінанси є однією з найважливіших складових фінансової системи кожної держави, охоплюючи фінансові відносини між останньою та фізичними і юридичними особами щодо формування і використання фінансових ресурсів держави. Особливо важливого значення у розвитку держави набувають публічні фінанси під час економічних криз, структурної трансформації національної економіки, впровадження інновацій. Тому питання управління публічними фінансами в сучасних умовах трансформаційних змін вітчизняної економіки є особливо актуальним.

Переосмислюючи вже існуючі теоретичні напрацювання щодо особливостей функціонування публічних фінансів, абсолютно новим для науки є представлення державного управління публічними фінансами як одного з методів фінансової діяльності держави [1, с. 159]. В силу об'єктивних обставин у структурі системи фінансово-правових відносин виникає новий елемент – інститут державного управління публічними фінансами, предметом якого є взаємодоповнюючі правові норми щодо упорядкування суспільних відносин стосовно державного управління публічними фінансами. Управління публічними фінансами передбачає досягнення взаємної узгодженості двох компонентів: державних фінансових органів та методів управління публічними фінансами.

У даному контексті важко не погодитися з думкою Т. Б. Шолкової [2, с. 147], яка розглядає управління публічними фінансами як з правової позиції, так і з точки зору державного управління:

1) державне управління: як цілеспрямований вплив з боку органів державної влади та місцевого самоврядування на мобілізацію, розподіл, перерозподіл та використання публічних фінансів;

2) адміністративне право: як забезпечення відповідними державними органами політики щодо мобілізації, розподілу, перерозподілу та використання публічних фінансів;

3) фінансове право: як фінансова діяльність публічних суб'єктів фінансово-правових відносин щодо оцінювання необхідного обсягу публічних фінансів, безпосереднього фінансування видаткової частини, визначення ефективності отриманих результатів та планування перспектив фінансового розвитку держави.

Тобто управління публічними фінансами є комплексною категорією, яку варто розглядати не лише як метод фінансової діяльності державних органів влади, але й з точки зору системи взаємопов'язаних процесів результативного управління фінансовими ресурсами держави. Проте, сфера публічних фінансів у вітчизняній практиці характеризується нестабільністю, викликаною щорічним дефіцитом бюджету та нецільовим використанням відповідних ресурсів. У зв'язку з цим загострюється потреба у визначенні умов зростання ефективності управління публічними фінансами в Україні [3, с. 43; 4, с. 355], зокрема:

- зміщення акцентів фінансової політики держави на користь зменшення бюджетного дефіциту та забезпечення ефективності залучення і використання бюджетних коштів;

- формування механізмів результативного використання публічних фінансових ресурсів за рахунок ефективного публічного управління;

- покращення правового регулювання публічного управління з метою підвищення якості процесу управління публічними фінансами;

- побудова автоматизованої інформаційної системи управління публічними фінансами на трьох взаємодіючих рівнях (місцевому, регіональному та загальнодержавному).

Отже, публічні фінанси є базовою складовою функціонування держави, забезпечуючи функціонування усіх сфер суспільного виробництва та будучи базовим інструментом забезпечення суспільних потреб. Сучасні трансформаційні виклики формують необхідність у раціональному управлінні публічними фінансами, котрі необхідні для виконання покладених на державні органи та місцеве самоврядування завдань та функцій.

Список використаних джерел

1. Шолкова Т. Б. «Управління» як метод фінансової діяльності держави. *Міжнародний юридичний вісник: актуальні проблеми сучасності (теорія та практика)*. 2017. №1 (5). С. 158–165.

2. Шолкова Т. Б. Поняття та значення управління публічними фінансами. *Міжнародний юридичний вісник: актуальні проблеми сучасності (теорія та практика)*. 2019. № 15. С. 143–151.

3. Кужелев М. О. Управління публічними фінансами в умовах реформування економіки України. *Стратегія і практика інноваційного розвитку фінансового сектору України: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, 26-27 березня 2020 р., м. Ірпінь. С. 42–44.*

4. Нечипоренко А. В., Чернишова Т. О. Напрями вдосконалення системи управління публічними фінансами в Україні. *Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки: збірник тез Податкового конгресу, 12 грудня 2019 р., м. Ірпінь. С. 353–356.*

УДК 351/354

INTERCONNECTION BETWEEN PUBLIC GOVERNANCE AND CORPORATE MANAGEMENT

Marieva Y. V., lecturer at the department of Economics and Management
Cherkasy State Technological University

Martinovych P. H., candidate of higher education Ph.D. specialty 051 «Economics»
Cherkasy State Technological University

Distinguishing public administration in a special type, the features which are due to the specifics of the corporate application management tools, we define it as management based on the priorities of the participants' interests, ownership, corporate communications, common interests, and corporate culture. Thus, public administration should include the fundamental principles, goals, and objectives inherent in corporate management and, accordingly, there should be an interconnection between them. Based on the analysis of the theoretical provisions, the relationship between public administration principles and corporate management tools is established.

In general, public administration in the classical sense is defined as the influence of the subject government (which has public power) on the object - society (social processes, relations) following its socially significant functions and powers. That is, public administration arises as a result of a certain social contract between the state and society when the powers are vested in the relevant bodies and officials. The subject and at the same time the object of public administration are civil society, non-governmental organizations (various self-governing structures (public organizations, associations), and public authorities [1].

Public administration is a complex activity that carried out by numerous means, which leads to various legal consequences for the object's managerial influence. In view of this, there are [4]: interfering public administration; favorable public administration; providing public administration; delegated public administration; executive public administration; administrative public administration.

The system of the public administration works on the basic normative legal acts regulating the subject's activity and public administration objects.

Public administration involves the identification of the stable links and patterns, taking into account the impact of the external environment, the development on the basis of this modern form the public-private partnership, which takes into account direct and feedback links public policy [3]. Public administration should be considered as the interaction system of the public authorities and local self-government with civil society entities regulated by norms, rules, and procedures in order to realize public needs and interests based on the combination of the methods the public influence on the managed object and public-private partnership.

It is established that there is an inseparable link between public administration and corporate management, regardless of the level, subject, and regulation form, where the link is common goals, are shown in Table 1.

Table 1 - General objectives of the public administration and corporate management

Public administration	Corporate management
<i>Categories evaluation criteria</i>	<i>Performance Evaluation Criteria</i>
The welfare of the society, nature, and results of the activity state authorities and local self-government	Coordination and management of the people activities in the production goods and services to meet the needs and the consumers desire for a fee
<i>Special purposes</i>	<i>Special purposes</i>
Meeting the needs and the society interests	Ensuring the economic owner's interests
Special purposes	
1. Making the most of the benefits to be competitive;	
2. Overcoming the innovative passivity of the state-owned companies;	
3. Occupation and maintenance by domestic corporations of the favorable segments in world markets;	
4. Control and regulation of the production resources movement;	
5. Stimulation of the most promising areas the production and economic activity.	

From the given material it is revealed that the general purposes accordingly form competences of the public administration bodies with use the tools of the corporate management. Differences in different types of the organizations may consist, firstly, in the number of the governing bodies, secondly, in the specifics of the certain types organizations, and thirdly, in particular the specific separation of the management functions. General instructions of the state acts on certain types organizations can be adjusted by the constituent documents, if the state gives direct permission. An individual entrepreneur who does not combine his capital or personal activities with other business entities that are not participants in the corporate relations, because the realization of his economic interests does not involve a sufficient degree of the economic collectivism. On the other hand, the state and its bodies, performing their public functions, are not in themselves corporations, and their participation in corporate activities is limited by the tasks of the state in the market economy.

References:

1. Astaficheva E. Y. Modern problems and prospects of the public administration on the basis the corporate management. *Economic and human sciences*. 2014. № 9. p. 29–36.
2. Gorbov V. A. Actualization of the strategy the socio-economic development of the region. *Management issues*. 2013. № 3. p. 125–128.
3. Polyinin A.V. Conceptual provisions of the state regulation and market self-regulation for the purpose the economic growth at the region. *Regional problems of the economic transformation*. 2011. № 1. p. 9–16.
4. Tretyakova L. A. The role of the civil society institutions in the implementation the strategic sustainable regional development. *Regional Economics: Theory and Practice*. 2014. № 31. p. 47–55.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Михалко Л. В., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент **Кошеленко С.В.**

Вирішенням багатьох економічних проблем є створення нових прибуткових підприємств або модернізація старих, які б поповнювали бюджет держави. Створення свого власного бізнесу, може не принести бажаних позитивних результатів. На сьогодні розвиток підприємницької діяльності ускладнюється високими комерційними ризиками й високою конкуренцією з боку європейського ринку. Впровадження бізнес-проектів вимагає високих знань в економічній та маркетинговій галузях, здатність врахувати всі ризики та зміни в економіці країни. Однією з головних особливостей сучасних економічних зв'язків в Україні є перехід від застарілої системи організації зовнішньоекономічних відносин до більш сучасних. Одним з рішень є застосування франчайзингової системи співпраці між великими, середніми та малими підприємствами [1].

Загальновідомо і не потребує доказу той факт, що франчайзинг – це такий різновид підприємницької діяльності, за якої одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) певний пакет документів (франшизу) на певний строк, за певну плату на договірній основі. Він є особливою системою відносин між суб'єктами підприємницької діяльності. При належному підході франчайзинг може слугувати каталізатором, прискорювачем розвитку бізнесу, оскільки створює для підприємств, що входять до франчайзингової мережі, сприятливі умови для успішного функціонування та відкриває нові можливості. Згідно з визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу, франчайзинг – це система перманентних відносин, що встановлюються між франчайзером і франчайзі, в результаті яких знання, імідж, успіх, методи виробництва і маркетинг передаються франчайзі в обмін на взаємне задоволення інтересів. Тобто він надає можливість «копіювання» успішного бізнесу фірми, що володіє великим досвідом і бездоганною репутацією [2].

Питання формування та розвитку франчайзингових відносин розкрито у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених: Г. Андрощук, І. Бойчук, З. Варналій, А. Виноградська, Ж. Дельтей, В. Денисюк, Д. Земляков, О. Корольчук, Г. Кочетков, О. Кузьмін, О. Легейда, М. Макашев, М. Мендельсон, Я. Мюррей, С. Сілінг, Бр. Сміт, Дж. Стенворт, У. Сухорська, Г. Цірат, С. Шейн, І. Школа, Л. Шульгіна, О. Шулус та інших. У роботах цих авторів розкриваються сутність та значення франчайзингових відносин, підходи до класифікації франчайзингу, переваги та недоліки використання франчайзингу, особливості процесу становлення та здійснення франчайзингових відносин тощо. Проте сьогодні немає єдиного й чіткого визначення франчайзингу. Проблеми та перспективи його поширення в Україні опрацьовані недостатньо. Зовсім мало уваги надається нормативно-правовому забезпеченню реалізації цих відносин в Україні, де франчайзинг і сьогодні залишається відносно новим явищем, хоча у розвинених країнах він практикується уже більше 150 років.

В Україні франчайзинг почав розвивається з початку 90-х років ХХ ст. класичним шляхом: на першому етапі приходять іноземні франчайзери, на другому – з'являються і могутнішають національні франчайзингові системи, на третьому – національні франчайзери захоплюють значну частину національного ринку франчайзингу. Першими в Україну прийшли франчайзери зі світовими брендами: «Coca-Cola», «Macdonalds», «Kodak Express»

та ін. Франчайзери-іноземці працюють в Україні за двома схемами: за першою – головна компанія знаходиться за кордоном, а в Україні працює її спеціальний представник («Sela»); за другою – іноземна компанія продає генеральну франшизу місцевій українській компанії, яка реалізує франшизу на території України, організує мережу, навчання, контролює роботу та отримує роялті («Kodak») [3].

Основні франшизи які діють на території України прийшли з країн Євросоюзу. Через падіння курсу гривні, спостерігається інтерес до франшиз в національній валюті, які не прив'язані до іноземного устаткування.

Існують різні форми франчайзингу. Їх вибір залежить від: виду господарської діяльності; стабільності франчайзера і рейтингу на ринку; особливостей ринку місцевого франчайзі.

Виділяють три основних форми франчайзингу: товарний, виробничий і діловий. Їх поділяють:

- за видами діяльності: торговельний; сервісний, виробничий, змішаний;
- за видами ноу-хау: франчайзинг дистрибуції продукту;
- франчайзинг бізнесформату;
- відповідно організації системи: прямий франчайзинг, розвиток території, мастер-франчайзинг [1].

Розвиток франчайзингу в Україні значно гальмується наступними проблемами:

- 1) Фінансово-кредитного характеру (складність процедури кредитування малих підприємств).
- 2) Незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками.
- 3) Брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу, як франчайзинг.
- 4) Значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати «обхідні шляхи» у здійсненні паушального платежу та роялті.
- 5) Недосконалість нормативно-законодавчої бази, стосовно франчайзингових відносин.

Таким чином, на даний момент в Україні відсутнє спеціальне законодавство, що регулює функціонування франчайзингової моделі бізнесу, проте франчайзингові відносини набувають все більшої популярності та охоплюють такі сфери бізнесу, як громадське харчування, послуги, будівництво, роздрібна торгівля тощо. Для розв'язання цих проблем слід вжити ряд заходів:

- зміцнити законодавчу базу шляхом прийняття Закону України, в якому передбачити всі юридичні аспекти відносин сторін і розвитку українського франчайзингу, які відповідали б міжнародним вимогам;
- надати доступне кредитування для тих, хто бажає розвивати власну франчайзингову мережу;
- розробити програми підготовки спеціалістів для здійснення бізнесу у формі франчайзингу шляхом створення навчально-консультаційних центрів з франчайзингу;
- створити спеціальний орган моніторингу розвитку франчайзингу в Україні для упорядкування правової бази франчайзингових відносин;
- створити на державному рівні систему податкових пільг для франчайзі переважно на початковому етапі розвитку франчайзингової діяльності

Отже, незважаючи на те, що розвиток франчайзингу в Україні гальмується рядом факторів, серед яких недосконалість законодавчої бази, відсутність у вітчизняних підприємців

досвіду роботи в рамках франчайзингу, несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності, низький рівень розвитку банківського кредитування та ін., щорічно ринок франчайзингу продовжує рости стрімкими темпами [2].

Список використаних джерел

1. Франчайзинг в Україні. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9585/1/20180329_Cluster_P280-283.pdf.
2. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/117.pdf.
3. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vchtei_2011_2\(1\)_11.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vchtei_2011_2(1)_11.pdf).

УДК 330.34

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

Нагорний Д. О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 051 Економіка
освітня програма «Міжнародна економіка»
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: д.е.н., професор Петкова Л. О.

Сучасний обсяг залучення іноземних інвестицій в економіку України, який протягом останніх чотирьох років коливається в межах 2,5–3 млрд. дол. США, є недостатнім для якісної модернізації і відповідного підвищення конкурентоспроможності вітчизняного господарства на світових ринках товарів і послуг. Ця тенденція пояснюється існуванням низки проблем, що стримують приплив додаткового капіталу до національної економіки. До таких перепон слід віднести наступні: недосконале законодавство в сфері захисту іноземних інвесторів, політична нестабільність, наявність діючого військового конфлікту, низький рівень транспарентності бізнес-середовища, високий рівень корумпованості влади, недовіра до судової системи, а також недостатня розвиненість фінансового ринку. Враховуючи вищезазначені проблеми, а також той факт, що частка коштів іноземних інвесторів у загальному обсязі капітальних інвестицій в 2019 році складає лише 0,6 % [1], вказують на необхідність розробки урядом України стратегії удосконалення інвестиційної привабливості України.

Для створення сприятливих умов залучення іноземних інвестицій і відповідного підвищення довіри до вітчизняної економіки з боку іноземних інвесторів необхідно запровадити комплекс заходів, які позитивно вплинуть на динаміку припливу іноземних інвестицій. Виділимо 3 основних напрями поліпшення інвестиційного середовища національної економіки, до яких віднесемо: інституційно-правовий, стратегічно-інформаційний та податково-бюджетний (рис.1).

Основними механізмами для підвищення інвестиційної привабливості вітчизняної економіки мають стати:

- створення прозорого і зрозумілого «Інвестиційного кодексу», який би визначив чітку організацію інвестиційної діяльності в Україні та забезпечив гармонізацію взаємодію між суб'єктами інвестиційного ринку;
- надання іноземним інвесторам податкових пільг. При цьому має здійснюватися контроль за виконанням інвестором договору про інвестування та інших взятих ним

зобов'язань щодо реалізації інвестиційного проекту, відповідно до яких державою було представлені фінансові стимули або інші субсидії.

- активізація приватизації державних підприємств, яка має проводитися не лише за критерієм ціни, а й на основі кваліфікаційних вимог (надання переваги інвесторам, які є спроможними забезпечити розвиток національних підприємств, залучати нові передові технології, збільшувати рівень його прибутковості тощо);
- дерегуляція процедур створення та функціонування нових підприємств (спрощення реалізації інвестиційних проектів і зниження загального обсягу оформлення різних форм документації щодо створення виробничих об'єктів);
- забезпечення належного рівня захисту прав інвесторів, створення позитивного інвестиційного іміджу України.



Рисунок 1 – Напрями підвищення інвестиційної привабливості України

Джерело: складено автором

Також доцільним є створення єдиного державного органу – «Національного агентства з інвестицій», яке повинне взяти під свою юрисдикцію вирішення питань щодо залучення іноземного капіталу. Пріоритетними напрямками його діяльності мають бути: формування державної політики в даній галузі, аналіз зарубіжного досвіду залучення інвестицій, здійснення оцінки інвестиційних проектів, стимулювання кооперації вітчизняних підприємств з іноземними компаніями (обмін кадрами та досвідом), пошук можливих інвесторів, а також формування позитивного інвестиційного іміджу України.

На думку автора, найперспективнішими галузями економіки для залучення іноземних інвестицій є: енергетичний сектор, сфера інформаційно-комунікаційних технологій, сільське господарство, металургія, машинобудування та фармацевтика. Перехід даних секторів економіки на інноваційно-технологічну модель розвитку, яка для цих галузей є найбільш адекватною і реалістичною, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських товарів і послуг на міжнародних ринках.

Наступним засобом для покращення інвестиційного клімату національної економіки є активізація транскордонного співробітництва України та Європейського Союзу, що реалізовується у межах інвестиційної політики європейського співтовариства. По-перше, необхідно в межах транскордонних регіонів розробити програму, відповідно до якої в пріоритетних секторах залучення інвестицій має забезпечити зростання мобільності робочої сили і відповідне підвищення її кваліфікації, що сприятиме інтенсивному розвитку вітчизняного людського капіталу.

По-друге, слід підвищити роль органів місцевої влади в сфері реалізації економічної політики регіонів. Даний процес сприятиме розробці спільних проектів, підвищенню продуктивності співпраці з іноземними інвесторами, оскільки вони будуть мати більш поглиблену інформацію стосовно характерних особливостей місцевого бізнес-середовища та інвестиційного потенціалу прикордонних територій.

Варто зазначити, що модернізація інфраструктури вітчизняного ринку цінних паперів та елементів її системи регулювання до сучасних норм і стандартів функціонування європейських фондових бірж є також одним із найефективніших методів залучення додаткового іноземного капіталу. Даний процес полягає в удосконаленні та стандартизації процесу первинного розміщення акцій (ІРО), а також у встановленні чітких вимог щодо систематичного опублікування вітчизняними акціонерними товариствами на електронній платформі українських бірж необхідної інформації з метою усунення інформаційної асиметрії. Відповідно поглибиться інтеграція між українською економікою та фінансовим сектором європейського співтовариства, що дасть можливість активізувати вихід вітчизняних підприємств на міжнародні фондові ринки та забезпечити ефективне використання іноземних інвестиційних ресурсів.

Висновки. Отже, розробка комплексної стратегії, що містить вищезазначені механізми удосконалення інвестиційного клімату національної економіки, та ефективна її реалізація як на місцевому рівні, так і на національному, сприятиме активізації припливу стратегічно важливого іноземного капіталу, а також формуванню на міжнародній арені України, як надійного партнера та ефективної платформи для реалізації інвестиційних проектів. Національна програма щодо залучення іноземних інвестицій повинна базуватися на основі конкурентних переваг вітчизняної економіки, сучасних тенденцій розвитку країни та світових ринків, а також спрямовуватися на результативну співпрацю між державою та іноземними інвесторами, щоб забезпечити якісний розвиток людського капіталу та економічне зростання України в цілому.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ПРОБЛЕМАТИКА ОПТИМАЛЬНОСТІ ГРОШОВОЇ МАСИ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВІДПОВІДНІСТЬ ПОТРЕБАМ ЕКОНОМІКИ

Настенко О. Р., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
Черкаський державний технологічний університет
Керівник: д.держ.упр., проф. Гончаренко І. Г.

Україна упродовж останніх років перебуває в стані економічної та політичної кризи, а також соціальної напруженості, що можна спостерігати на основних макроекономічних показниках. Не є виключенням і стан грошової маси в країні, зокрема її збалансованість, структура та достатність її обсягів для обслуговування економіки.

Проблематика грошової маси є актуальною для більшості країн світу, оскільки збалансованість та достатність грошової маси є запорукою економічного зростання в країні, підвищення мобільності суб'єктів господарювання, їх економічної активності зокрема, налагодження міжнародних торговельно-економічних зав'язків та фінансово-розрахункових операцій. Оптимальна структура грошової маси є ідентифікатором ефективності застосовуваної грошово-кредитної політики в країні та ефективності функціонування банківської системи загалом.

Отже, з врахуванням нового суспільного вибору України, євроінтеграційного розвитку, проблематика оптимальності грошової маси та її відповідності потребам економіки є актуальною.

Зазначимо, що проблематика сутності, структури та меж грошової маси, були предметом дослідження ще у XIX ст. Так, представники грошової школи (С. Дж. Оверстон, Р. Піль, Д. Рікардо Р. Торенс) вважали, що грошова маса створюється екзогенно, виключно центральним банком. Д. Рікардо зауважив, що економіці притаманний механізм рівноваги попиту і пропозиції на гроші, тому, кожна країна має таку кількість грошей, яка об'єктивно необхідна для функціонування ринкової економіки [1]. Натомість, представники банківської школи (Т. Тук, А. Вагнер, Дж. С. Мілль) притримувались думки, що вся банківська система формує грошову масу ендогенно, виходячи із потреб ринкової економіки [2].

Зазначимо, що окремим аспектам проблематики грошової маси, монетизації економіки присвятили свої праці лауреати Нобелівської премії з економіки: П. Самуельсон, Ф. Хайєк, М. Фрідман.

Необхідно зауважити, що кількість агрегатів грошової маси у різних країнах не однакова, наприклад, у Франції – два, у Німеччині і Швейцарії – три, у США – чотири, у Великобританії – п'ять, тоді як серед країн пострадянської моделі характерними є чотири грошових агрегати: М0, М1, М2, М3. Найбільш ліквідними є грошові агрегати М0 та М1, менш ліквідними, однак, більш прибутковими є агрегати М2 та М3. При цьому найважливішими для вітчизняної практики вважаються показники М0 та М3, оскільки, за допомогою них визначають коефіцієнт монетизації економіки, співрозмірність цін і купівельної спроможності грошової одиниці тощо.

Серед країн Європейського Союзу структура грошової маси налічує три грошових агрегати: М1, М2, М3. Динаміка грошової маси упродовж 2008 – 2019 рр. має тенденцію до зростання з 8,5 до 12,1 трильйонів євро [3]. Обсяг грошового агрегату М0 не перевищує 10 % та є середньоевропейським показником для інших країн світу. Значення грошового агрегату в межах 10 % позитивно позначається на обсягах інвестиційних ресурсів, що акумулюються у банківських системах країн ЄС. Грошові агрегати М1 та М2 становлять 65,2 % та 94,3 %

відповідно, що є високими показниками, переважаюча частина грошей використовується ефективно – розміщується в різних видах фінансових активів і використовується при проведенні безготівкових розрахунків.

Структура грошової маси серед американських країн, зокрема Канади, Колумбії та Аргентини є неоднорідною, а саме: в Канаді та Колумбії показники грошових агрегатів M0 відповідають середньоєвропейським показникам та становлять 4 % та 12 % відповідно, в Аргентині показник є високим та складає 39 %, що говорить про кризові явища в економіці даної країни. Переважна частина грошової маси концентрується в грошових агрегатах M1 та M2 [3].

Таким чином, порівняння вітчизняної та світової структури грошової маси дало змогу сформулювати наступні висновки:

– в Україні, як і в більшості країн пострадянського простору, спостерігається значна частка грошового агрегату M0 в структурі грошової маси. Це свідчить про наявність тіньових схем на фінансовому ринку, недовіру населення до вітчизняної банківської системи та фондового ринку, високий рівень доларизації економіки, наявність інфляційних очікувань тощо.

– недостатньо високий рівень грошового агрегату M1 на рівні 45–48 % у структурі грошової маси, тоді як в країнах євро зони грошовий агрегат сягає 60 % – пояснюється кризою банківської системи.

Однак є спільний критерій, який об'єднує проаналізовані моделі, зокрема вітчизняний і зарубіжний досвід – це те, що величина грошової маси залежить від стану і розвитку економіки, швидкості обігу грошей тощо.

Реалізація стратегії здійснюється за допомогою тактичних заходів, які включають набір управлінських, фінансових рішень щодо стратегічних завдань.

Стратегічними напрямками досягнення оптимальності грошової маси є:

- удосконалення результативності грошово-кредитної (монетарної) політики України;
- повернення довіри населення до банківської системи;
- стимулювання безготівкових розрахунків;
- розвиток фондового ринку (ринку цінних паперів).

Ключовими тактичними напрямками *першого* стратегічного напрямку є: забезпечення цінової стабільності; узгодження грошово-кредитної та бюджетно-фіскальної політик; *другого* стратегічного напрямку збільшення гарантованої державою суми відшкодування вкладів населення до рівня 500 тис. грн. – для нових строкових депозитів; зменшення податку на депозити до рівня 5 % + 1,5 % військовий збір – у разі, якщо сума вкладу не перевищує 100 тис. грн.; *третього* стратегічного напрямку: надання податкових пільг для підприємств торгівлі та послуг, які приймають до оплати банківські картки; *четвертого* стратегічного напрямку: гармонізація вітчизняного законодавства із директивами ЄС; формування відкритого інформаційного середовища; покращення інвестиційного клімату.

Пропоновані стратегічні і тактичні напрями враховують євроінтеграційний вибір України, передбачають удосконалення юридичної бази, підвищення довіри населення до банківської системи та інструментів фондового ринку.

Отже, узагальнено теоретичні та практичні положення сутності та структури грошової маси, її взаємозв'язку із основними макроекономічними показниками, визначено перспективні напрями по досягненню її оптимізації.

З врахуванням євроінтеграційного вибору України, передбачають удосконалення нормативно-правової бази, підвищення довіри населення до банківської системи та інструментів фондового ринку. Використання стратегічних і тактичних напрямів дозволить досягти оптимальності грошової маси.

Проблематика оптимальності грошової маси в нинішніх умовах є актуальною, тому доцільно продовжити дослідження в окресленому напрямі.

Список використаних джерел

1. Marcuzzo M. C., Rosselli A. Ricardo's Theory of Money Matters. *Revue économique*. 1994. Volume 45. n. 5. URL: http://www.persee.fr/doc/reco_0035-2764_1994_num_45_5_409606
2. Mill J. S. The Collected Works of John Stuart Mill. Toronto: University of Toronto Press, London: Routledge and Kegan Paul. 1967. Volume IV. Essays on Economics and Society Part I. URL: <http://oll.libertyfund.org/titles/244>.
3. Take-profit.org. *Биржевой портал № 1*. URL: <http://take-profit.org/statistics/money-supply-m2>.

УДК 004:339.13

**УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ
В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ**

Небилиця С. І., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

На сьогодні використання маркетингових технологій у просуванні послуг чи продукції є практично обов'язковим, оскільки на ринку існує велика конкуренція. Вона змушує компанії витратити зусилля не тільки на створення принципово нових унікальних товарів та послуг, але і на створення унікальних технологій їх просування. Маркетингова діяльність присутня майже у всіх сферах бізнесу. Із розвитком інтернету підприємства почали все більше уваги приділяти просуванню своїх послуг в цьому середовищі. Збільшення кількості користувачів інтернету, поява нових соціальних мереж із можливістю ведення електронної комерції спонукає науковців до розроблення та удосконалення маркетингових технологій.

Зокрема, дослідники зазначають, що однією з головних цілей інтернет-маркетингу є вивчення цільової аудиторії в інтернеті та привертання її уваги до послуг підприємства з подальшим перетворенням цих осіб на постійних клієнтів. Інші науковці ж пропонують сфокусувати свою увагу на тому, що інтернет-маркетинг складається із таких аспектів: дослідження, просування, ринкова реалізація продукції, формування та утримання лояльності клієнта до бренду, які й формують успішну стратегію маркетингу в інтернеті [1]. Як бачимо, інтернет-маркетинг не сильно відрізняється від традиційного. Головна відмінність полягає в тому, що всі маркетингові технології потрібно застосовувати в інтернет-середовищі.

На сьогодні необхідність використання маркетингових технологій в інтернет-середовищі спричинена тим, що ефективність традиційного маркетингу зменшується, адже люди до нього вже звикли й перестали реагувати, а от використання нових цифрових технологій дозволяє привернути їхню увагу як до самої компанії, так і до її послуг. Тут варто зазначити, що інтернет-маркетинг визначається як таргетивний та інтерактивний маркетинг товарів і послуг, що використовує цифрові технології для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів. Головними завданнями інтернет-маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних тактик із просування товарів, послуг і брендів [2].

Удосконалення маркетингових технологій передбачає застосування реклами в інтернеті та просування послуг через соціальній мережі, які набирають зараз все більшої популярності. Інтернет-реклама може бути різною: контекстна, пошукова, вірусна, реклама в соцмережах тощо. Вибір залежить від фінансових можливостей компанії та її особливостей.

Дослідження застосування інтернет-технологій у маркетинговій діяльності підприємств показують, що з одного боку це інформаційний та комунікаційний ресурс, який

дозволяє компаніям отримати інформацію про ринок, конкурентів та споживачів, а з іншого боку – це можливість проведення продажу послуг через інтернет та просування в цьому середовищі своєї компанії [4].

Основними інструментами маркетингових технологій є: пошукова оптимізація (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг соціальних медіа (SMM), прямі розсилки, контекстна реклама та інше. Також використовуються канали, не пов'язані безпосередньо з мережею інтернет: мобільні телефони (SMS і MMS), зворотний дзвінок, мелодії утримання дзвінка [3] (табл. 1).

Таблиця 1 – Різновиди маркетингових технологій в мережі інтернет

Назва маркетингової технології	Визначення
Пошукова оптимізація	процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем.
Пошуковий маркетинг	комплекс заходів, що спрямований на збільшення відвідуваності сайту його цільовою аудиторією з пошукових машин.
Пошуковий маркетинг	комплекс заходів, що спрямований на збільшення відвідуваності сайту його цільовою аудиторією з пошукових машин.
Контент-маркетинг	це розповсюджена в сучасній маркетинговій практиці технологія привернення уваги та залучення цільової аудиторії до бренду за допомоги створення та поширення пов'язаної з ним актуальної та цінної інформації.
Маркетинг соціальних медіа	комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань
Прямі розсилки	це особиста адресна кореспонденція рекламного змісту, яка висилається по пошті.
Контекстна реклама	принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстового оголошення.

Спробуємо, на прикладі ТОВ «Центр черкаських медіа» показати, як удосконалення використання маркетингових технологій підвищує популярність та відвідуваність сайту, що в свою чергу збільшує кількість рекламодавців, які зацікавлені у замовленні послуг саме цього підприємства. «Центр черкаських медіа» – це обласне інтернет-видання, яке надає інформаційні (безкоштовно) та рекламні (платно) послуги для жителів міста Черкаси та області. За розміщення політичних чи комерційних публікацій на своєму сайті видання отримує прибуток. Він залежить від того, наскільки високим буде відвідуваність сайту. Наразі підприємство використовувало тільки соціальну мережу Facebook. Після того, як сайт почав використовувати ще й SMM в соціальній мережі Instagram відвідуваність зросла із 10 тисяч унікальних користувачів за добу до 14 тисяч. Це вдалося досягти завдяки удосконаленню маркетингових технологій просування рекламних послуг через соціальні медіа, та охоплення нової аудиторії. Зокрема, публікування новин в Instagram через відомі черкаські пабліки, такі як «News_cherkassy» та «Typical_cherkassy» дозволило охопити більшу аудиторію та прорекламувати власне підприємство.

Отже, маркетингові технології у мережі інтернет дозволяють удосконалити традиційний маркетинг на підприємстві, зокрема, тепер є можливість більш точно охоплювати цільову аудиторію (налаштування таргетингу в соцмережах дозволяє не тільки

встановити геолокацію, але зазначити смаки й уподобання потенційних клієнтів), можливість просувати свої послуги через інтернет завдяки створенню сайту чи соціальних мереж, аналізувати поведження аудиторії (зокрема різні сервіси дозволяють переглядати статистику, вимірювати час перебування клієнта на певній сторінці тощо), покращувати лояльність до бренду через міжособистісне спілкування компанії та клієнта.

Список використаних джерел

1. Берендакова О. С., Фірсов А. В. Створення інформаційних систем оцінки рекламних компаній. *Наука в центральній Росії*. 2016. №115. С. 85–88.
2. Варганова О. В. Маркетингові інтернет-технології просування товарів і послуг. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/27.pdf.
3. Ілляшенко С. М. Сучасні технології застосування Інтернет-маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. No 4. Т. II. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.
4. Кожухівська Р. Б. Інтернет-технології в маркетингу: специфіка, класифікація, переваги та недоліки. URL: <http://lib.udau.edu.ua/bitstream>.
5. Уляхін Т. М., Іванова О. П. Оптимізація комерційної діяльності виробничого підприємства на основі використання інтернет-технологій. *Психолого-викладацький журнал*. №2(16). 2010. С. 23–28.

УДК 330.34:69

АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ

Ничипоренко К. В., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 051 Економіка освітня програма «Економічна кібернетика» Черкаський державний технологічний університет

З розвитком промислового виробництва, цивільного і дорожнього будівництва, а також з реалізацією низки великих інфраструктурних проектів продовжує зростати попит на будівельні матеріали. В умовах, що склалися зростає необхідність ефективної експлуатації існуючих і освоєння нових родовищ нерудних будівельних матеріалів.

На території України налічується понад 100 кар'єрів з видобутку основних будівельних матеріалів. Основна маса (22 підприємства) розташована в Житомирській області. Найбільшими гравцями ринку можна назвати такі підприємства: ТОВ «Юнігран» (Житомирська обл., м. Малин); ТОВ «Українська гірничодобувна компанія» (м. Київ); ТОВ «Смарт-Нерудпром» (м. Київ); ПАТ «Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат» (Полтавська обл., м. Комсомольськ).

Динаміка обсягів виробництва основних будівельних матеріалів в Україні в 2015–2019 роках представлена на рис. 1. Так, обсяги виробництва граніту помітно збільшувалися в 2015–2017 рр., а в 2018 році відбулося зменшення виробництва на 6 % по порівняно з попереднім роком. Виробництво піску неухильно збільшувалося в 2015–2016 рр., демонструючи зниження в 2017 р приблизно на 4,6 %. У виробництві блоків та цегли з цементу спостерігалось зростання виробництва на 200 тис. т. протягом 2015–2017 рр, а в 2018 році продемонстрували тенденцію зниження до значення 3 418,5 тис. т у 2019 році.

Виробництво та реалізація будівельних матеріалів носить сезонний характер. На рис. 2 представлена діаграма зміни обсягів реалізації основних будівельних матеріалів (каменю, піску та глини) в Україні по місяцям в 2017–2019 рр.

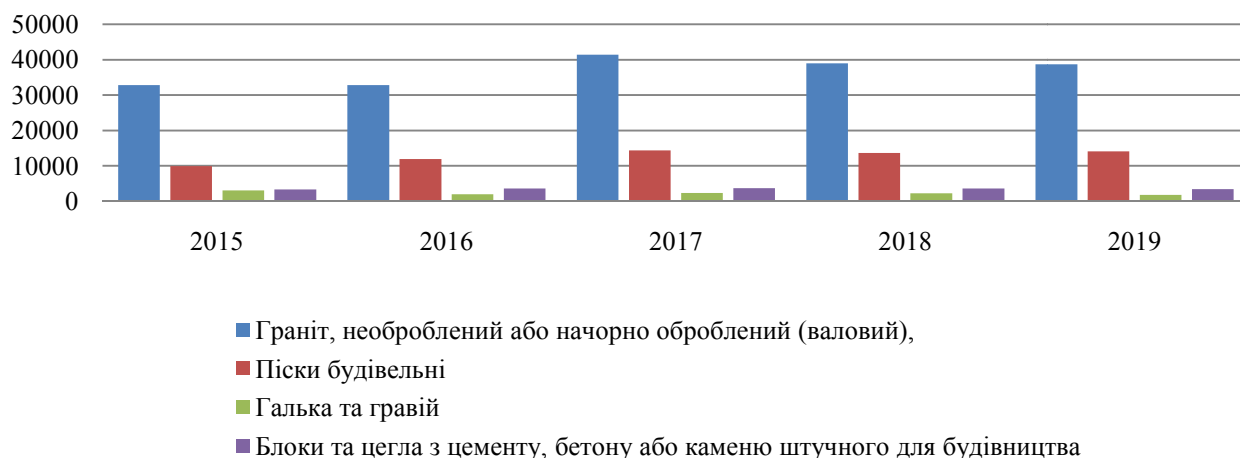


Рисунок 1 – Динаміка обсягів виробництва основних будівельних матеріалів в Україні в 2015–2019 роках

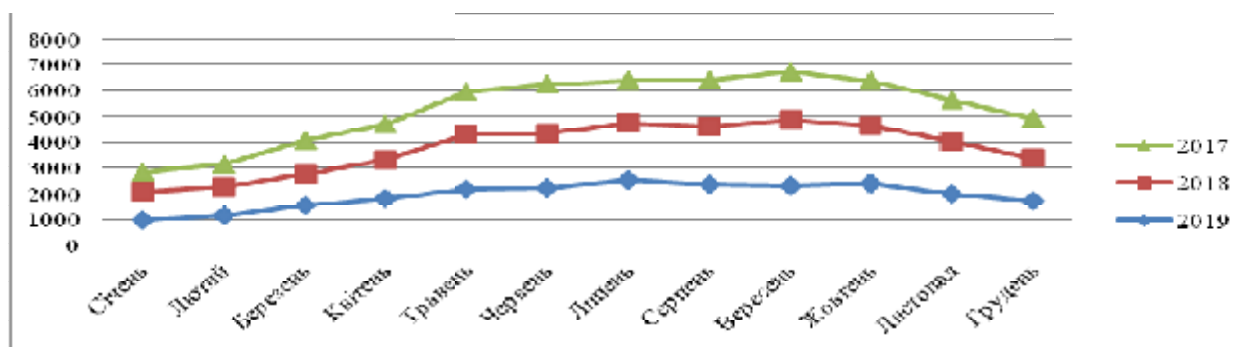


Рисунок 2 – Динаміка обсягів реалізації каменю, піску та глини

Мінімальний обсяг виробництва будівельних матеріалів зафіксований в січні 2017, 2018 і 2019 рр. Потім спостерігається планомірне зростання виробництва з максимальними значеннями в літні місяці і спад обсягів виробництва до кінця року. Такі сезонні коливання спостерігаються в різних регіонах країни, тому потреба матеріалів безпосередньо залежить від інтенсивності будівництва, обсяги якого знижуються в зимовий період. Ринок володіє високою потенційною ємністю, особливо з урахуванням планів за програмами «Велике будівництво» на яку заплановано значне збільшення бюджетного та інвестиційного фінансування

В той же час, обсяг ринку будівельних робіт, особливо пов'язаних з ремонтом та прокладанням автомобільних доріг постійно зростає. В минулому році держава витратила на дороги 50,57 млрд. грн., що на 30 % фактичних витрат більше ніж у 2018. Було побудовано і відремонтовано 2,4 тис. км, на кожен з яких було витрачено 6 тис. куб. м щебеню та 5 тис. куб. м піску. У 2020 заплановано витратити 129,4 млрд гривень з дорожнього фонду. Варто зазначити, що ця цифра тільки зростатиме. Також зростає будівництво будинків та споруд у Одеській, Львівській, Київській та Дніпропетровській областях.

Тому виробники матеріалів для будівництва можуть сподіватися на ріст попиту даної промисловості. А також, не дивлячись на падіння експорту, виробникам слід модернізувати і збільшити виробничі потужності задля задоволення потреб внутрішнього ринку, який неодмінно зросте в найближчі роки.

Список використаних джерел

1. Шевченко В. О. Стан і перспективи розвитку ринку будівельних матеріалів України. *Ефективна економіка*. 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3124>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Проєкт «Велике будівництво». URL: <https://bigbud.kmu.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Всеукраїнської спілки виробників будівельних матеріалів. URL: <http://www.avbmv.com.ua/>.

УДК 336.717.061

МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Носаль М. П., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 051 Економіка, освітня програма «Економічна кібернетика» Черкаський державний технологічний університет

Дослідження видів банківських ризиків, передмов їх виникнення та методологія управління є вкрай необхідним для банківської системи. Міра ризику встановлює розмір прибутку банку та його ліквідність. Правильна методика оцінки ризиків допомагає банку зменшити витрати на непередбачувані ситуації.

Кредитний ризик банку – це міра (ступінь) невизначеності щодо виникнення небажаних подій під час здійснення фінансових угод, суть яких полягає в тому, що контрагент банку не зможе виконати взятих на себе за угодою зобов'язань, і при цьому не вдасться скористатися забезпеченням повернення позичених коштів [1, с. 55].

З кредитним ризиком пов'язані не тільки кредитні операції банку, але й інвестиційні, гарантійні послуги, операції з деривативами, а також послуги кредитного характеру (лізинг, факторинг тощо) [4, с. 16].

До статистичних методів оцінки кредитного ризику можна віднести метод дискримінантного аналізу, який дає можливість розмежувати позичальників на класи. Завдяки цьому методу можна моделювати класифікаційні моделі для передбачення результатів кредитної угоди. У міжнародній банківській практиці найбільш поширеними з таких моделей є Z-модель Альтмана, модель Фулмера, які використовуються для передбачення банкрутства підприємства [2, с. 5]. Статистичні методи оцінки передбачають наявності великої кількості даних, які можуть бути відсутні. Через недостачу чи відсутність інформації використовують експертні методи.

Сутність експертних методів полягає в обробці тверджень фахівців банківської справи щодо можливості виникнення різних значень збитків або тієї чи іншої несприятливої (небажаної) події в процесі банківської діяльності. Одним із прикладів оцінки кредитного ризику експертними методами є рейтингові методи оцінки кредитоспроможності позичальника, які є досить поширеними у вітчизняній банківській практиці [2, с. 4].

Аналіз структури кредитів за видами економічної діяльності визначає галузеву диверсифікацію кредитів порівняно з попередньою звітною датою. Для цього потрібно розрахувати питому вагу вкладених в окремі галузі позик загалом за короткостроковими та довгостроковими позиками, а також у динаміці. Галузева диверсифікація кредитних вкладень сприяє розвитку пріоритетних галузей народного господарства [5, с. 10].

Структурний аналіз найчастіше використовують для встановлення понаднормової концентрації кредитних операцій в одній галузі, що підвищує настання кредитного ризику. Створює певні труднощі в управлінні позиковими операціями надмірна диверсифікація кредитного портфеля та може стати причиною банкрутства банку, тому зарубіжні комерційні банки визначають для себе межі вкладення ресурсів у певний сегмент, тобто застосовують метод лімітування [7, с. 202].

У структурі активів АТ КБ «Приватбанк» кредити займають найбільшу питому вагу і забезпечують отримання ним більшої половини усіх доходів. Кредитні операції є високодохідними, але й водночас зростання частки кредитних вкладень у загальному обсязі активів свідчить про можливість настання ризиків в діяльності банку загалом [6, с. 25].

Для встановлення стабільної роботи Банку та досягнення ним поставлених цілей за умов постійної невизначеності та ризикових ситуацій, керівництво Банку повинно бути готове до збільшення витрат на управління ризиками. Це посилить стійкість позицій на ринках у довгостроковій перспективі. Якщо ж порівняти втрати, які зазнає Банк в результаті настання ризиків у разі нездійснення управління ними із витратами, які воно понесе на управління ризиками, то ці суми будуть значно більші, ніж останні. Це пов'язано з частими змінами в політичному, економічному та соціальному середовищах, що спричиняють появу ризиків, які постійно впливають на діяльність будь-якого банку України.

Кредитна політика, самостійно обрана банком, дає можливість визначити прийнятне для нього напрямки в проведенні кредитних операцій. Вибір пріоритетних напрямків діяльності з урахуванням інших факторів визначає рівень сукупних ризиків конкретного банку. Кредитна політика банку також проводиться з метою контролю за ризиками на етапі забезпечення найбільш ефективного розміщення кредитних ресурсів.

Ризикова кредитна політика, недотримання принципів обережності при видачі кредитів викликає різні проблеми для банків в здійсненні їх діяльності. Кожний банк має чітко вибудовану політику в організації видачі кредитів, в кожному банку є чіткі інструкції, розпорядження, дотримання яких дозволило б уникнути проблем в цій галузі. Кредитна політика є найважливішим аспектом функціонування банку, що визначає його розвиток і майбутній фінансовий стан. Формування оптимальної кредитної політики є складним багатоплановим завданням, вирішення якого лежить в площині використання сучасних концепцій аналізу банківської діяльності та застосування ефективного інструментарію.

З метою мінімізації кредитного ризику і підвищення якості портфеля АТ КБ «ПриватБанк» необхідно виконати декілька умов: доформування резерву та залучення додаткового капіталу; отримання від позичальників додаткової застави за кредитами, що зменшуватиме величину непокритого кредитного ризику та потребу в додатковому капіталі; зробити детальний аналіз ризику, вибрати оптимальну стратегію роботи банку, систему відстеження ризиків; домогтися повернення боржниками проблемної заборгованості, що зменшить потребу в резервах банку; підібрати необхідні методи його вимірювання та способи мінімізації з метою, щоб уникнення негативного його впливу на діяльність банку в цілому. Проте складність цього питання та ряд специфічних аспектів вимагають подальших наукових пошуків шляхів мінімізації кредитного ризику.

Список використаних джерел

1. Бугель Ю. Основні шляхи вдосконалення оцінки кредитоспроможності позичальника. *Банківська справа*. 2018. № 4. С. 54–59.
2. Камінський А., Кияк А. Ідентифікація, аналіз та управління операційними ризиками в українських банках (дослідження Агентства фінансових ініціатив). URL : <http://www.afi.com.ua>.
3. Карагодова О., Распутна Л. Проблеми оптимізації структури кредитного портфеля комерційного банку. *Банківська справа*. 2019. № 2. С. 40–42.

4. Кігель В. Про визначення оптимального кредитного портфеля банку в умовах ризику неповернення коштів позичальникам. *Вісник Національного банку України*. 2018. № 1. С. 15–17.

5. Методика розрахунку економічних нормативів регулювання діяльності банків в Україні : Постанова Правління Національного банку України від 2 червня 2019 р. № 315. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/v0315500-19>.

6. Офіційне інтернет-представництво НБУ [Електронний ресурс]. URL: www.bank.gov.ua

7. Тиркало Р., Щивоблок З. Фінансовий аналіз комерційного банку: основи теорії, експрес-діагностика, рейтинг. Навч. посібник. К., 2018. 233 с.

УДК 332.1

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ

Носок Т. А., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент **Кошеленко С.В.**

Глобальна макроекономічна нестабільність, поява «нових світових фінансових криз», впливає на підвищення ризиків розвитку кожного регіону України. Негативний вплив посилюється внаслідок домінування екстенсивного типу господарювання, збереження спеціалізації регіонів-лідерів на виробництві й експорті товарів і послуг з низьким рівнем доданої вартості (металургійне виробництво, сировинні товари та напівфабрикати тощо). На цьому підґрунті зростає диспропорційність показників соціально-економічного розвитку регіонів, поглиблюється диференціація на регіони-лідери та проблемні периферійні регіони, посилюються тенденції до формування замкнених регіональних ринків, а це послаблює внутрішні коопераційні зв'язки, міжрегіональне економічне співробітництво, порушує консолідацію економічного простору країни.

З метою запобігання поглибленню диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів та нейтралізації наслідків, виникла необхідність їх комплексного дослідження. Традиційні методи державного регіонального управління вже не виконують завдання регулювання пропорцій регіонального розвитку. Кризовий період довів неефективність існуючої державної регіональної політики. В сучасний період актуалізується питання пошуку новітніх інструментів державного регулювання регіонального розвитку [1, с. 255].

Розробка ефективних стратегій для вдосконалення економічного потенціалу регіонів України неможливе без дослідження проблем економіки регіонів. Регіональні аспекти проблематики економіки досліджувались в працях Г. Я. Левчунь (Проблеми та перспективи регіонального розвитку економіки України), Т. М. Качала (Формування концепції розвитку регіонів України), О. В. Черевко (Механізми зниження рівня тіньової економічної діяльності).

Черкаська область утворена 7 січня 1954 року і є однією із наймолодших серед областей України. Область входить до складу Центрального економічного району (разом з Кіровоградською областю). Черкаський регіон характеризується розвиненою харчовою, хімічною промисловістю, сільським господарством, машинобудуванням, легкою промисловістю, а також будівельною індустрією. Територіальна структура промислового виробництва є досить нерівномірною. В структурі реалізованої промислової продукції по містах і районах найбільшу частку забезпечує м. Черкаси. З огляду на потенціал, що має регіон та перспективи його реалізації, створюються інструменти регулювання промислового

розвитку. Значна частина завдань, що пов'язані з регіональним промисловим розвитком, виконується органами місцевого самоврядування, організаціями ринку і суб'єктами громадянського суспільства. [2, с. 102–103].

SWOT – аналіз «Стратегії розвитку Черкаської області на період 2021–2027 роки» розроблений для регіону з урахуванням стану та тенденцій розвитку регіону, актуальних проблемних питань галузей господарського комплексу. В даному аналізі описуються сильні та слабкі сторони, можливості та загрози регіону.

Згідно з SWOT – аналізу (табл. 1), можна виділити такі основні економічні проблеми: рецесія світової економіки; низька інноваційна активність; низький рівень інституційної та інфраструктурної підтримки підприємництва; низька експортна активність суб'єктів господарювання в регіон; слабкі логістичні зв'язки, недостатньо розвинене транспортне сполучення регіону з іншими областями, що негативно впливає на інвестиційний клімат регіону; коливання цін на світових енергетичних ринках; висока вартість позичкових коштів в Україні.

Таблиця 1 – SWOT – аналіз Черкаської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування сільськогосподарських культур 2. Наявність запасів корисних копалин (бентонітові та каолінові глини, апатит-ільменітові руди, джерела мінеральних вод) 3. В західній частині Черкащини перетинаються автошляхи міжнародного значення (траси Е-95 та Е-50) 4. Наявність річкових портів 5. Наявність промислових зон для інвестування 6. Потужний сектор первинної переробки с/г продукції та виробництва харчових продуктів, напоїв 7. Розвиток інноваційних технологій в сфері захисту рослин 8. Наявність ІТ сектору в економіці області 9. Зростаюча кількість подій та заходів, які проходять в туристичних центрах 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низький рівень застосування геоінформаційних технологій, а також обізнаності населення щодо їх можливостей 2. Значний відсоток деградованих та малопродуктивних земель 3. Слабкі логістичні зв'язки, недостатньо розвинене транспортне сполучення регіону з іншими областями, що негативно впливає на інвестиційний клімат регіону 4. Незадовільний стан мережі автомобільних доріг загального користування (дорожнє покриття, знаки та розмітка) 5. Несприятлива вікова та соціальна структура населення в сільській місцевості 6. Низька інноваційна активність 7. Низький рівень інституційної та інфраструктурної підтримки підприємництва 8. Низька експортна активність суб'єктів господарювання в регіон
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток альтернативної енергетики у світі 2. Зростання світового попиту на продовольство 3. Зростання попиту на харчову продукцію та продукцію циркулярної економіки в Європі та Америці 4. Покращення умов ведення бізнесу в Україні 5. Реалізація Угоди про Поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі 6. Діяльність проектів міжнародної допомоги, які підтримуватимуть реформи в Україні 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розгортання військових дій на Сході України 2. Рецесія світової економіки 3. Коливання цін на світових енергетичних ринках 4. Висока вартість позичкових коштів в Україні 5. Нестабільність курсу національної валюти 6. Розрив традиційних ланцюгів глобальної економіки внаслідок світової пандемії/епідемії

Загроза рецесії світової економіки підсилює більшість і так слабких сторін Черкаської області. Технологічний рівень та конкурентоспроможність продукції підприємств можуть погіршуватися через погіршення інвестиційного клімату, в тому числі через слабкі логістичні зв'язки, недостатньо розвинене транспортне сполучення регіону з іншими областями, незадовільний стан доріг. Висока енергоємність підприємств області створює додатковий тиск в умовах зростання цін на енергоносії.

Інновації є невід'ємною частиною соціально-економічного та технічного прогресу будь-якої території. На жаль, саме цьому аспекту приділяється недостатньо уваги в діяльності господарського комплексу Черкаського регіону. Також в області спостерігається низький рівень інституційної та інфраструктурної підтримки підприємництва. Ця тенденція простежується на тлі загальних регресивних соціально-економічних процесів у країні, оскільки виробники більш зосереджені на збереженні існуючого прибутку, ніж на інвестуванні у новітні технологічні процеси на власному виробництві, що в свою чергу призводить до низької експортної активності суб'єктів господарювання. Крім того, втрата кваліфікованих кадрів призводить до послаблення інтелектуального потенціалу регіону. Ще один фактор, який негативно позначається на інноваційній активності господарського комплексу регіону – це висока вартість позичкових коштів. [3, с.43-50].

Список використаних джерел

1. Левчунь Г. Я. Проблеми та перспективи регіонального розвитку економіки України // Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.8. С. 255
2. Харченко С. В. Регіональні особливості та умови розвитку промислових підприємств Черкаського регіону. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. №3. Т.2. С. 102–103
3. Офіційний сайт Черкаської міської Ради. Черкаси. 2020. С.43-50. URL: ck.gov.ua/Projekt-Strategiyi-na-2021-2027-rr.pdf.

УДК 336.71

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНФЛЯЦІЇ НА ПРИБУТОК КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Охременко Ю. Д., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 051 Економіка освітня програма «Економічна кібернетика» Черкаський державний технологічний університет

Інфляція є однією з найбільш гострих проблем сучасного розвитку економіки України та багатьох країн світу. Вона здійснює негативний вплив на всі сторони життя суспільства: високий рівень інфляції руйнує грошову систему країни, спричинює відтік національного капіталу за кордон, значно послаблює національну валюту, чим викликає її витіснення у внутрішньому обігу іноземною валютою, а також у високій мірі підриває можливості фінансування державного бюджету.

Оскільки інфляція досить сильно впливає на життя суспільства в такому негативному плані, питання її вивчення та дослідження є одними із перших серед найбільш гострих проблем, пов'язаних з економічним розвитком України. Результатом прогресії інфляції є знецінення праці, що веде до зниження заробітних плат та підвищення рівня бідності населення, знищення заощаджень юридичних і фізичних осіб, перешкоджання довгостроковим інвестиціям, що в загальному розрізі значною мірою шкодить економічному зростанню країни. Саме тому рівень актуальності таких досліджень є дуже високим.

Не є неочікуваним, що інфляція значною мірою впливає і на роботу банківської системи. Подальші дослідження будуть проводитися на основі даних АТ КБ «ПриватБанк». За даними фінансової звітності АТ КБ «ПриватБанк» у 2017 році рівень прибутку банку становив 10,9 млрд грн, у 2018 році цей показник зріс до рівня 12,8 млрд, а у 2019 році досягнув свого рекордного значення у розмірі 32,6 млрд грн.

Рівень інфляції за обраний період змінювався наступним чином: у 2017 році індекс інфляції становив 113,7, у 2018 році він склав 109,8, а у 2019 році ще зменшився до значення 104,1. Прогнозоване значення експертів щодо рівня інфляції в Україні на кінець 2020 року складає 99,8.

Застосовуючи метод кореляційно-регресійного аналізу, на основі аналізу динаміки зміни індексів інфляції за 2017–2019 та обсягів прибутку банку за цей же період, а також прогнозованого значення рівня інфляції на 2020 рік, отримуємо дані для побудови функції економетричної моделі процесу (табл. 1).

Таблиця 1 – Кореляційно-регресійний аналіз статистичних даних показників інфляції та обсягів прибутку АТ КБ «ПриватБанк»

Роки	Рівень інфляції	Обсяг прибутків (млрд грн)	Xi*Yi	Xi ²
	X _i	Y _i		
2017	113,7	10,9	1239,33	12927,69
2018	109,8	12,8	1405,44	12056,04
2019	104,1	32,6	3393,66	10836,81
Сума даних відповідних стовпців	327,6	56,3	6038,43	35820,54
a =	0,163668378			
b =	0,536447893			
R ² =	0,89089505			

Тож, шукана функція економетричної моделі процесу впливу інфляції на прибуток банку матиме наступний вигляд:

$$y = 0.1637 \cdot x + 0.5364 \quad (1)$$

Адекватність моделі було перевірено на основі аналізу коефіцієнта детермінації, який склав $R^2 = 0,89$.

Таким чином аналіз статистичних даних та прогнозованого значення дає змогу зробити висновок, що збільшення значення інфляції спричинює зменшення обсягів прибутку і навпаки. Ступінь впливу інфляції на прибуток банку залежить в першу чергу від величини, на яку змінюється інфляція.

На основі прогнозованого значення інфляції можливим є розрахунок очікуваного у 2020 році прибутку банку, який складає 26,87 млрд грн.

Для контролю рівня інфляції слід застосовувати наступні кроки: контроль грошової маси, який в основному має бути націленим на контроль кредитних і депозитних операцій, регулювання облікової ставки, тобто у разі, якщо рівень інфляції виходить за межі оголошених показників, банк може змінювати облікову ставку, щоб збільшити або зменшити обсяги кредитування та залучення коштів на депозити, інфляційне таргетування та валютні інтервенції, що є способом стабілізації курсу національної валюти шляхом купівлі та продажу валютних резервів.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт АТ КБ «Приватбанк». URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost> – «Фінансова звітність».
2. Коваленко О. Інфляція в Україні: особливості та вплив на фінансову систему. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2009.
3. Алімпієв Є. В. Інфляційне таргетування за умови асиметрії загального рівня цін. *Фінанси України*. 2010.

УДК 352.07:005.336.3:006.83

**ЗАСТОСУВАННЯ СТАНДАРТІВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

Одінцов О. М., д.е.н., професор кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Важливою проблемою сучасного суспільства є потреба у виробленні та підтримці довіри громадян до органів державної влади. У створенні стійких місцевих громад зацікавлені місцеві органи влади, які повинні активно вишукувати можливості для реалізації даних процесів. Стійке економічне зростання і соціальний розвиток суспільства може забезпечити управління якістю місцевих органів влади. Даний напрямок діяльності в публічному управлінні має сприяти розгортанню послідовної й узгодженої регіональної та національної політики. Тому головне завдання місцевих органів влади забезпечити належні умови для створення громад й розвитку суспільства, підвищувати довіру громадян до органів влади на всіх рівнях управління і до держави в цілому.

Органи місцевого самоврядування представляючи інтереси громадян повинні забезпечувати захист їхньої спільноти та надання якісних послуг, а саме: доступність послуг систем охорони здоров'я, освіти та громадського транспорту; забезпечення безпеки; безперешкодну та швидку обробку документів; прозорість й ефективність діяльності органів самоврядування та мати розвинену інфраструктуру [1].

Одним з інструментів забезпечення довіри громадян до органів влади на всіх рівнях є впровадження стандарту ISO 9001 в органах місцевого самоврядування. Міжнародна організація зі стандартизації ISO для полегшення впровадження систем управління якістю у специфічній сфері діяльності органів виконавчої влади, державних установ та організацій розробила міжнародну робочу угоду IWA 4, яка була прийнята в Україні як національний стандарт. З 01.04.2010 р. діє друга редакція цього стандарту ДСТУ IWA 4:2009. «Система управління якістю. Настанови щодо застосування ISO 9001:2008 в суб'єктах місцевого самоврядування». Мета даного стандарту розробка рекомендацій щодо впровадження системи управління якістю, що відповідає вимогам ISO 9001 в органах місцевого самоврядування. Документ був оновлений і тепер включає вимоги ISO 9001:2015. Він надає діагностичні моделі і інструменти для впровадження комплексної системи управління якістю, яка буде сприяти підвищенню ефективності і надійності місцевих органів влади [2, 3].

З метою задоволення потреб та очікувань громадян розроблено даний міжнародний стандарт для застосування в місцевих органах влади та містить рекомендації, які дозволяють збагнути й впровадити систему управління якістю, що відповідає вимогам ISO 9001. Документ містить наступні розділи: 1). Сфера застосування; 2). Нормативні посилання; 3). Терміни та визначення; 4). Система управління якістю органу місцевого самоврядування;

5). Відповідальність керівництва; 6). Керування ресурсами; 7). Реалізація продукції / послуг; 8). Вимірювання, аналізування та поліпшення. Документ доповнений двома довідковими додатками, які допомагають розумінню його концепції та процесів управління якістю в місцевих органах влади. Типові приклади процесів управління якістю в органах місцевого самоврядування наведені у додатку А. Діагностична методика наведена в додатку Б (Діагностика, перевірка, оцінювання і виконання процесів управління якістю) може розглядатися як вихідна крапка для впровадження цілісної системи управління якістю, яка використовується для підвищення надійності органів місцевого самоврядування.

В загальних положеннях вступу стандарту ДСТУ ІВА 4:2009 наведено схематичну діаграму етапів впровадження вимог даного стандарту щодо системи управління якістю органу місцевого самоврядування. Якість роботи органу місцевого самоврядування розглядається як рівень вимог до якості виконання обов'язків місцевого органу влади, тобто незадовільний (ненадійний), задовільний (надійний), добрий (ефективний), відмінний (досконалий).

Враховуючи кризову ситуацію в економіці країни місцеві органи влади повинні ефективно управляти наявними ресурсами і процесами та функціонувати разом як єдина система.

Система управління якістю визначає головні принципи діяльності, виконання яких дає можливість побудувати якісне управління органом місцевого самоврядування. Вище керівництво повинно використовувати ці принципи для вдосконалення діяльності і досягнення необхідних результатів. Якщо ці принципи будуть повсякденно застосовуватись всіма посадовими особами органу місцевого самоврядування, тоді система управління якістю буде дійсно функціонувати. Принципи системи управління якістю мають бути зафіксовані у Політиці якості та відображені у цілях виконавчих органів міської ради, досягти яких вони прагнуть [4, с. 27–28]. Стандарт ДСТУ ІВА 4:2009 підтримує застосування до місцевого самоврядування такі принципи управління якістю, як: орієнтація на громадянина, лідерство, залучення лідерських якостей людей, процесний підхід, постійне поліпшення, прийняття рішень на основі фактів, управління відносинами [5, с. 31–43]. Виконання цих принципів покладає на вище керівництво відповідальність щодо діяльності органу місцевого самоврядування.

Головна проблема вітчизняних громад на шляху до забезпечення позитивної сталості це подолання пасивності та нездатності до активної співпраці для вирішення місцевих проблем у переважній кількості обставин як влади, так і самої громади. Первопричиною є недостатність знань і досвіду з боку місцевих органів влади та відсутня мотивація самоврядування для пошуку можливостей розвитку громади спільними зусиллями.

Висновки. Якщо місцеві органи влади гарантують мінімальний рівень надійності ключових процесів (послуг), то громадяни зазвичай вважають ці місцеві органи надійними. Всі типові процеси інтеграційного управління якістю місцевого органу влади, а саме: процеси управління (оцінювання потреб й очікувань громадян, законодавчі процеси, боротьба з корупцією, територіальна організація тощо), функціональні (надання державних послуг, якісна освіта й охорона здоров'я, безпека, правовий захист, екологія тощо) та допоміжні (накопичення й забезпечення ресурсами, управління компетентністю й інфраструктурою тощо) процеси мають бути спрямовані на досягнення стійких результатів. Встановлення єдиної інтегральної системи управління якістю повинно орієнтуватися на її подальше вдосконалення, оскільки діяльність місцевого органу влади може бути надійна в одних галузях та ненадійна в інших. Отже, керуючись головними принципами місцевого самоврядування органи місцевої влади мають забезпечити сталий розвиток територіальної громади та сприяти відновленню економіки й соціальному розвитку суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. № 24. Ст. 170. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.
2. Оновлено стандарт ISO, що забезпечує стабільність місцевого самоврядування. URL:<https://sm.od.ua/predpriyatie/press-tsentr/novosti/600-onovleno-standart-iso-shcho-zabezpechue-stabilnist-mistsevogo-samovryaduvannya.html> (дата звернення: 21.10.2020).
3. ISO 18091:2019(en) Quality management systems – Guidelines for the application of ISO 9001 in local government. Retrieved from: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:18091:ed-2:v1:en> (дата звернення: 21.10.2020).
4. Підгаєць П., Бригілевич І. Система управління якістю як інструмент вдосконалення діяльності органу місцевого самоврядування: методичний посібник. Київ: ТОВ «Софія-А». 2012. 134 с.
5. Бортнік О. В. Упровадження міжнародних стандартів в місцевому самоврядуванні як ключ до сталого розвитку. *Аспекти публічного управління*. 2019. Т. 7. № 5. С. 31–43.

УДК 351/354

**НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
НА МОРСЬКОМУ ТА РІЧКОВОМУ ТРАНСПОРТІ**

Очередыко О. О., старший викладач

кафедри Менеджмент і підприємництво на морському транспорті

Азовський морський інститут Національного університету «Одеська морська академія»

Порти у світовій практиці відносяться до об'єктів, що мають стратегічне значення для економіки, розвитку і безпеки держави і, в той же час, є самостійними суб'єктами господарювання, які будують горизонтальні взаємозв'язки з іншими організаціями у цій сфері на договірній основі, на засадах партнерства і перебувають у відносинах підпорядкованості в системі публічного управління.

Аналіз зарубіжного досвіду проведення портових реформ дозволив виявити основні тенденції їх реалізації: забезпечення підвищення ефективності функціонування національного господарства за рахунок оптимізації транспортної інфраструктури, елементом якої виступають порти; лібералізація публічного управління морськими портами з позицій реалізації прав власності; сприяння зростанню прибутковості морського порту як суб'єкту господарювання з активним переходом до порту як форми організації функціонування морських портів Європи і світу.

Відомо, що у міжнародному вимірі зміщуються акценти щодо ролі і функцій держави у публічному управлінні розвитком морських портів, особливого значення набувають економічні й методично-організаційні підходи до розуміння їх змісту з урахуванням просторового аспекту. В межах класифікації функцій публічного управління за способом діяльності на перший план виступають законодавча, виконавча і контрольна функції держави.

Напрямки розвитку публічного управління портів суттєво різняться залежно від поточної структури управління портом і її модифікації залежно від комбінації власності на портові активи, що зумовлює національні особливості механізму управління розвитком морських портів країн світу. Однак, в площині взаємодії держави з суб'єктами портової діяльності домінують правові й економічні методи публічного управління, а стосовно взаємодії – організаційні й адміністративні.

Діяльність контролюється Міністерством транспорту та начальником порту, що є державним службовцем і підзвітний відповідному міністерству. Основною проблемою є те, що наявне недостатнє фінансування портової інфраструктури, недостатня конкурентоспроможність, конфлікт інтересів підприємств, що обробляють вантажі в порту, і самим портом, відсутність розмежування адміністративних та господарських функцій у портах. За моделі порт-власник, порт має базову портову інфраструктуру; приватні компанії надають послуги зі здійснення портових операцій; термінали орендуються приватними портовими операторами.

Основна форма оренди це договір концесії. Порт реалізує окремі функції регулювального органу; здійснює управління нерухомим майном на території порту. При цьому існує вірогідність недосконалого розподілу повноважень із регулювання розвитку порту; окремих конфліктів інтересів державних органів управління, порту й приватних інвесторів; домінування комерційних інтересів порту при формуванні стратегічних цілей розвитку. Щодо моделі порт-інструмент, то вона є перехідною формою від державного порту до порту-власника. Її сутність полягає в тому, що портова інфраструктура і портові активи знаходяться у власності порту, але обробленням вантажів можуть займатися приватні портові оператори (при цьому власник обладнання терміналів – це порт). Основним завданням порту, відповідно до названої моделі, є підтримка та інвестування в розвиток портової інфраструктури.

У державних портах регулювальні функції і права порту як орендодавця зосереджено в держсекторі, а оперативна діяльність повністю або частково переходить до приватного сектору, проте жорстко регламентується портовими адміністраціями; за часткової приватизації або розширення взаємодії державного і приватного сектору, як правило, до останнього переходять оперативні функції і деякі зі сфери відповідальності порту як орендодавця; у більшості суто державних портів наявний приватний капітал, представлений у різних формах, і відносини з ним будуються на договірних засадах; навіть у приватних портах держава зберігає за собою певні регуляторні функції, що дозволяє здійснювати певний вплив на стратегічно. На відміну від вищесказаного, в Україні існує проблема розвитку морської інфраструктури.

Для ефективного публічного управління, Законом України «Про морські порти України» [1] створено Адміністрацію морських портів України (АМПУ) – державне підприємство, що забезпечує функціонування морських портів, утримання та використання об'єктів портової інфраструктури державної форми власності, виконання інших покладених на нього завдань безпосередньо і через свої філії, що утворюються в кожному морському порту (адміністрація морського порту). Водночас можна стверджувати, що механізм державного управління розвитком морських портів України на сучасному етапі загалом не спрямовано на системну розбудову форм взаємодії держави і суб'єктів портової інфраструктури.

Напрямки розвитку публічного управління морських портів України вимагає вирішення таких завдань:

– одним із найважливіших завдань розвитку морських портів України є нарощування потужностей причалів, причальних глибин, удосконалення механізації та автоматизації вантажно-розвантажувальної техніки, розвиток портової мережі залізничного транспорту, автодоріг, конвеєрного і трубопровідного транспорту, що забезпечують найбільш раціональну взаємодію транспорту в транспортних вузлах, прямих вантажних операцій;

– забезпечити безпечну роботу та розвиток діяльності морських портів і морського транспорту. Для підвищення комплексної безпеки потрібно досягти сучасних світових стандартів у сфері забезпечення безпеки інфраструктури в портах, у галузі забезпечення безпеки мореплавства, сформувати систему охорони й антитерористичної захищеності

відповідно до вимог Міжнародної морської організації; забезпечити безпеку функціонування морських портів України за впливу техногенного та природного характеру;

– створити умови, які б підвищили конкурентоспроможність вітчизняних морських портів. Для цього потрібно: оснастити морські порти новітніми технічними засобами, прогресивними технологіями, сучасними електронними системами управління, технологічними й інформаційними процесами, оновити службово-допоміжний флот. Одним із найбільш ефективних напрямків у сфері інновацій є активне впровадження логістичних транспортно-технологічних систем. Крім того, актуальним завданням є поновлення в портах підйомно-транспортного обладнання та підвищення частки устаткування вітчизняного виробництва; організувати в портових особливі економічні зони. Підтримка портових зборів, тарифів на вантажно-розвантажувальні роботи й пов'язані з ними послуги, що надаються в морському порту, сприяє збільшенню заходів суден до портів;

– удосконалити систему державного управління у сфері морського портового господарства. Роль держави очевидна в такому питанні, як стимулювання залучення приватних інвестицій у морські порти.

Отже, сьогодні основні напрямки розвитку публічного управління в портах України полягають в удосконаленні моделі публічного управління, в задоволенні потреб вітчизняної економіки та зовнішньої торгівлі в переробленні вантажів, в забезпеченні безпеки мореплавання, шляхом формування інноваційної інфраструктури морських портів, інтеграції їх в транспортні вузли за підтримки держави в їх комплексному розвитку.

Список використаних джерел

1. Иванов Г. С. Подходи до удосконалення механізму державного управління розвитком морських портів України. Держава та регіони (Серія: Державне управління. 2018. №1(61). С. 89-95.

УДК 330.3

ECONOMIA VERDE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК

Pontedeira R., Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais

Definição do problema: A economia verde está relacionada diretamente a mudanças climáticas: baixo carbono, eficiência energética, energia renovável etc. (Gouvello, 2010; ESMAP, 2010). No intuito de relativizar a fortíssima ênfase em clima depois de 2007, a biodiversidade e os ecossistemas foram reincorporados no discurso por meio da iniciativa TEEB, organizada pelo PNUMA e financiada pela Comissão Europeia e governos europeus. Por outro lado, os impactos ambientais referentes à poluição industrial e aos resíduos urbanos (a “agenda marrom”) e à água superficial e subterrânea (a “agenda azul”) continuam sem a mesma atenção. Os fluxos de água atmosférica (“rios aéreos”), que poderiam ser uma “agenda branca”, continuam invisíveis nas esferas políticas (Salati, 2009).

O objetivo do estudo: Por tratar do atendimento às necessidades da presente e futuras gerações, ou seja, no fundo, por compreender a equidade intra e intergeracional, o desenvolvimento sustentável é necessariamente sistêmico. A economia verde, por outro lado, poderá não passar do acréscimo superficial de alguns setores ou camadas adicionais. Pode se resumir a atividades ou projetos verdes atualmente na moda, tais como painéis fotovoltaicos, moinhos eólicos, parques nacionais remotos, pontos de reciclagem de lixo, hortas orgânicas e pousadas ecoturísticas na selva, sem mudar o principal, que são os padrões de produção e consumo insustentáveis.

Declaração do material: Quanto às transferências internacionais de novos e adicionais recursos financeiros de países desenvolvidos para países em desenvolvimento, pode-se insistir na cobrança, sem dúvida, mas também não se deve esperar muito, especialmente no caso de países relativamente desenvolvidos como o Brasil, que ainda pretende ocupar um lugar de liderança mundial. Está claro que as prioridades dos doadores serão as pequenas ilhas e a África. É importante perceber que existem interesses econômicos por trás das novas propostas. De um lado, mudar o substantivo de desenvolvimento, com diversas dimensões (ao menos social e ambiental, se não outras) para “economia” pinça apenas uma das dimensões. Tende a empoderar os economistas e seus “instrumentos econômicos” no lugar de regulação estatal, que é taxada de “comando e controle”. Natureza torna-se “capital natural”. Essa abordagem teria um fundo corporativista profissional? De outro lado, muitos governos, empresários e ONGs estão buscando oportunidades de negócios verdes e de administração dos fundos a serem estabelecidos. Governança internacional ou global, por sua vez, tende a empoderar o PNUMA ou uma agência sucessora para ganhar recursos financeiros e subir de status para se transformar em uma super-agência internacional especializada, eventualmente com poder de polícia internacional. Se isso ocorrer, sua atuação seria em grande medida controlada pelos doadores, os países desenvolvidos.

Ao mesmo tempo, a governança internacional ou global contradiz a soberania, que continua sendo um princípio fundamental, praticamente sagrado. Ainda que problemática, em termos práticos, a soberania só deve ser relativizada em casos extremos de violações graves, não na gestão de rotina, no dia-a-dia. Seria mais coerente e defensável se esses casos fossem aprovados pelas Nações Unidas, não apenas por uma agência especializada. O apelo do adjetivo “verde” parece ter sido apropriado indevidamente de movimentos políticos, como os partidos verdes e também de movimentos ambientalistas como Greenpeace (“Paz Verde”), os quais pouco ou nada compartilham dos princípios em que se baseia a economia verde. À primeira vista, “verde” teria mais a ver com meio ambiente que sustentabilidade, mas na realidade fecha. O discurso de economia verde está bem elaborado em termos de capital natural, redução de pobreza, baixo carbono, eficiência energética, inovação, agenda verde e governança global, características aparentemente interessantes. No entanto, deve-se levar em conta que todos esses conceitos ou terminologias também podem ser jeitinhos engenhosos para substituir ou relegar a soberania, a equidade, a natureza, as funções ecológicas, o uso sustentável, os direitos fundamentais (humanos e de cidadania) e a redução de emissões (inclusive usando e sequestrando carbono), entre outros valores importantes.

Na prática, há que se lembrar que mudanças “verdes” tópicas e pontuais podem servir para evitar a mudança sistêmica. A economia verde corre o risco de se limitar a gestos simbólicos, ou seja, tokenism, que serve para manter o status quo para a maior parte do meio ambiente, da sociedade e da economia. Pode perpetuar o foco quase exclusivo na floresta amazônica, em detrimento de outros biomas e das áreas urbanas onde vive a maioria da população. Assim, existem diversos possíveis efeitos perversos inesperados da economia verde, que devem ser levados em conta. As propostas existentes parecem ignorar os efeitos bumerangue (*rebound*) e de culatra (*backfire*) decorrentes do aumento de eficiência. Não consideram que alguns poucos empregos verdes, embora por si só positivos, podem eliminar muitos empregos convencionais na medida em que implicam a substituição de força de trabalho por tecnologia moderna (capital). Mais do que promover inovação e patentes, um discurso utilizado por alguns cientistas para justificar investimentos em pesquisa (MCT, 2010a, 2010b), países como o Brasil precisam de aplicação de tecnologia básica já conhecida. Precisam mais de competência do que inovação.

No final das contas, a economia verde pode favorecer os ricos e os países centrais. Embora não confunda “crescimento sustentado” com desenvolvimento sustentável, que é um erro comum, permite manter a prioridade para o crescimento do PIB, qualificado de verde, de forma pouco crítica (Latouche, 2005), deixar de lado a vulnerabilidade e a adaptação às mudanças climáticas (Lahsen, 2010) e justificar os incentivos ou subsídios para diversos lobbies verdes.

Conclusão: Enfim, tanto a economia verde quanto o desenvolvimento sustentável podem e devem ser promovidos. O primeiro seria mais concreto, instrumental e popular e o segundo, mais abstrato, diplomático e governamental. A abordagem econômica adjetivada de verde pode sensibilizar tomadores de decisão e aplacar desenvolvimentistas, especialmente nos países em desenvolvimento. No entanto, não se deve perder de vista os avanços de 1992, que foi um marco na história da humanidade, ou da Carta da Terra e todo o caminho percorrido nos últimos vinte anos. O que importa são as necessidades do planeta e das futuras gerações, que dependem da manutenção de funções ecos sistêmicas, com ou sem recursos adicionais, novas tecnologias e novas formas de governança global.

Referências bibliográficas

Gouvello, C. et al. (2010). Brazil low-carbon: country case study. Brasília: Banco Mundial.

Salati, E. (coord.) (2009). Economia das mudanças climáticas no Brasil: estimativas da oferta de recursos hídricos no Brasil em cenários futuros de clima (2015-2100). Revisado. Rio de Janeiro: Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS).

MCT (2010a). Consolidação das recomendações da 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia.

MCT (2010b). Livro azul: 4ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Sustentável. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia.

Latouche, S. (2005). Vers la décroissance ou écodémocratie. *Le Monde Diplomatique*, 52(620)

УДК 330.3

AFETAÇÃO DE RECURSOS, PRODUTIVIDADE E AS REFORMAS ESTRUTURAIS DA ECONOMIA PORTUGUESA

РОЗПОДІЛ РЕСУРСІВ, ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА СТРУКТУРНІ РЕФОРМИ ПОРТУГАЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Pontedeira R., Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais

Definição do problema: Do ponto de vista da “contabilidade do crescimento”, a Produtividade Total dos Fatores (PTF) é um dos principais fatores explicativos do crescimento económico, desempenhando um papel fundamental na compreensão das diferenças registadas no desempenho económico entre países. No entanto, nos últimos anos o crescimento da produtividade tem vindo a diminuir nos países desenvolvidos, e Portugal não é exceção. Uma das determinantes da PTF é a eficiência na afetação dos recursos pelos diferentes ramos de atividade. O presente estudo apresenta estimativas dos desvios – relativamente à situação eficiente – da afetação dos recursos entre ramos de atividade pertencentes ao mesmo setor, para o período entre 2000 e 2015 em Portugal. As estimativas são obtidas através da aplicação do modelo de Hsieh e Klenow (2009). Os resultados indicam que as distorções existentes na economia portuguesa são significativas, principalmente as associadas à escolha da combinação capital/trabalho. Em consequência, os ganhos potenciais da reafetação dos recursos são também elevados, situando-se entre 30 e 40% do produto. No entanto, variaram pouco ao longo dos últimos anos, pelo que as “reformas estruturais” previstas no programa de ajustamento implementado no tempo da troika não parecem ter surtido grande efeito, pelo menos até 2015.

O objetivo do estudo: O crescimento da produtividade é um dos principais fatores que contribuem para o aumento da prosperidade económica (Klenow e Rodriguez-Clare, 1997; Prescott,

1998; Hall e Jones, 1999). Quando a produtividade aumenta, as economias produzem mais para um dado nível de recursos utilizados, originando ganhos que aumentam o rendimento agregado e melhoram o nível médio de vida das famílias. Contudo, o crescimento da produtividade tem vindo a diminuir desde os anos 70 nos países desenvolvidos (Heil, 2017). Não é assim de estranhar o renovado interesse pelo estudo do comportamento da produtividade com a finalidade de desenvolver políticas que façam aumentar a mesma. Um resultado amplamente aceite na literatura aponta como uma das razões pela qual os países diferem em termos de Produtividade Total dos Fatores (PTF, produto obtido por unidade ponderada dos factores de produção) o facto de a eficiência na afetação dos fatores de produção pelas diferentes empresas/ramos de atividade ser superior em determinados países (Hsieh e Klenow, 2009).

Declaração do material: No caso português, o problema da baixa PTF foi destacado, entre outros, por Reis (2013). Nos últimos 50 anos, mesmo em períodos de convergência para a média europeia, a produtividade em Portugal não aumentou relativamente à média europeia; o que se verificou foi que aqueles períodos de convergência foram impulsionados por aumentos do stock de capital. Ao procurar encontrar as razões para a estagnação da economia portuguesa nos anos 2000, Reis argumenta que certas características do setor financeiro português fizeram com que os influxos de capital tivessem sido mal afetados, daí resultando uma expansão do setor dos bens não transacionáveis – geralmente menos propício a aumentos de produtividade – e, deste modo, uma quebra no crescimento da produtividade total dos fatores. Com efeito, o desempenho económico português passou no final dos anos 80 e início dos anos 90 por uma situação de prosperidade, como se pode ver na Figura 1, na qual está representada a taxa de crescimento do PIB real em Portugal entre 1980 e 2016. No final da década de 80, a taxa de crescimento do PIB real estava acima dos 5%, registando o seu máximo de 7,9% em 1990. Durante os anos 90, a taxa de crescimento ainda esteve frequentemente acima dos 3%. É no início do século xxi que o panorama muda significativamente. A economia portuguesa passa a estar praticamente estagnada, registando uma taxa de crescimento sempre abaixo dos 2%. O valor mínimo registou-se em 2012, quando o PIB decresceu 4%. Esta alteração em termos de desempenho económico, observada desde o início do século xxi, resultou também numa interrupção do processo de convergência real relativamente à União Europeia (Almeida et al., 2009).

Este trabalho procura avaliar a eficiência na afetação dos recursos em Portugal entre os ramos de atividade de cada sector ao longo do período 2000-2015. A metodologia aplicada nessa avaliação permitirá calcular uma estimativa dos ganhos para a economia portuguesa que resultariam de uma eficiente reafetação dos recursos. A metodologia baseia-se no trabalho de Hsieh e Klenow (2009). Partindo dum modelo de concorrência onopolística no qual poderá haver distorções que afetem o rendimento associado a cada nível de produção e distorções que afetem a escolha entre os fatores de produção (capital e trabalho), Hsieh e Klenow mostram como calcular o efeito sobre a produtividade dessas distorções, de forma a ilustrar como as distorções que levam a diferenças entre a produtividade marginal do capital e do trabalho nos diversos ramos de atividade irão reduzir a PTF agregada.

No nosso trabalho analisaremos também o período mais recente (2012-2015). Este período é especialmente interessante por abarcar a maior parte do período de aplicação do Programa de Assistência Económica e Financeira (PAEF) acordado com a troika (Fundo Monetário Internacional, Comissão Europeia e Banco Central Europeu). O PAEF previa a aplicação de “reformas estruturais” com vista ao aumento da produtividade. O principal interesse do nosso trabalho será ver se é possível detetar sinais dos efeitos de tais reformas sobre a eficiência na afetação dos recursos e, conseqüentemente, sobre a produtividade. No entanto, não tivemos acesso a dados microeconómicos para este período, pelo que utilizaremos antes dados ao nível do ramo de atividade para o período 2000-2015.

O texto está organizado da seguinte forma. A próxima secção apresenta o modelo que revirá de base à aferição da existência de ineficiências na afetação de recursos entre diferentes ramos de atividade na economia portuguesa. A secção 3 descreve os dados e apresenta os resultados obtidos, contendo também uma avaliação dos ganhos potenciais da reafetação dos recursos. Por fim, a secção 4 retoma as principais conclusões do estudo. Os dados para o cálculo das distorções foram recolhidos no Instituto Nacional de Estatística (INE) nomeadamente das contas nacionais por ramo de atividade. Foram recolhidos dados relativos ao Valor Acrescentado Bruto (VAB), Valor Bruto de Produção (VBP), remunerações dos empregados, Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF), stock de capital e consumo intermédio. Os dados recolhidos para o período decorrido entre 2000 e 2015 possuem uma desagregação em 38 ramos de atividade. É possível obter dados mais desagregados, para 82 ramos de atividade, mas apenas para o período 2010-2015. Note-se que omitimos na nossa análise o ramo de atividade Administração pública e defesa; Segurança social obrigatória”, pois o comportamento deste ramo certamente não será guiado pela maximização do lucro, como se supõe que acontece, pelo menos ritmadamente, para os outros ramos. Também por causa das suas especificidades, omitimos igualmente os ramos “Atividades das famílias empregadoras de pessoal doméstico; atividades de produção de bens e serviços pelas famílias para uso próprio” e “Atividades dos ramos internacionais e outras instituições extraterritoriais”. Note-se ainda que a metodologia de Hsieh e Klenow (2009) permite-nos estimar os ganhos da reafetação de recursos entre ramos do mesmo sector (com dados microeconómicos, como os que Hsieh e Klenow usam, seriam os ganhos da reafetação de recursos entre empresas do mesmo ramo), mas não os ganhos da reafetação de recursos entre sectores. Isto significa que, nos casos em que o sector é composto por um único ramo, não é possível obter ganhos redistribuindo os recursos entre ramos, pelo que o procedimento não identificará ganhos possíveis nesse sector. Com a desagregação em 38 ramos de atividade, isto acontecerá para os sectores da “Agricultura, silvicultura e pesca”, “Construção”, “Atividades financeiras e de seguros” e “Atividades imobiliárias”. No entanto, o procedimento permite ainda assim calcular as distorções nesses sectores.

Conclusão: Portugal caracteriza-se por baixos níveis de produtividade agrícola, que provêm do uso deficitário de máquinas agrícolas e da falta de formação por parte dos agricultores, que dificulta a implementação de novos processos, usando técnicas e máquinas mais avançadas (Rose et al., 2003). Os fluxos de capitais provenientes da UE também foram laicados em grande medida na agricultura, o que pode ajudar a compreender o valor negativo da distorção da produção. O mesmo sucede com a construção. A atividade de construção é uma das atividades mais sensíveis aos ciclos económicos, e após o grande boom imobiliário registado no final do século xx, início do século xxi, a atividade entrou em declínio.

Referências bibliográficas

Hsieh, C.-T.; Klenow, P.J. (2009) Misallocation and manufacturing TFP in China and India, *Quarterly Journal of Economics*, 124(4), 1403-1448.

Klenow, P.; Rodriguez-Clare, A. (1997) *The neoclassical revival in growth economics: Has it gone too far* Bernanke, B., Rotemberg, J. (Eds.), NBER Macroeconomics Annual, Cambridge, MIT Press.

Almeida V.; Castro G.; Félix R.M. (2009) A Economia Portuguesa no contexto Europeu: Estrutura, Choques e Políticas, in *A Economia Portuguesa no Contexto da Integração Económica, Financeira e Monetária*, Lisboa, Departamento de Estudos Económicos Banco Portugal, pp. 65-150.

Heil, M. (2017) *Finance and productivity: A literature review*, OECD Economics Department Working Papers 1374.

Rose, F.; Gargano N.; Saez, R. (2003) *Situação da agricultura em Portugal*. Documento de trabalho da Direção-Geral de Agricultura da Comissão Europeia, Luxemburgo.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Постоленко Б. В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг
Черкаський державний технологічний університет

В сучасних умовах жорсткої конкуренції кожне підприємство намагається використовувати всі можливості маркетингу для того, щоб не програти в конкуренції. Останнім часом набув великої популярності інтернет-маркетинг завдяки своїй ефективності та простоті використання. Тому підприємства почали конкурувати не лише за допомогою інструментів традиційного маркетингу а й використовувати всі переваги мережі Інтернет для досягнення поставлених цілей.

Взагалі інтернет-маркетинг відрізняється від традиційного лише тим, що він використовується в мережі Інтернет. Тобто це використання всіх інструментів та можливостей традиційного маркетингу в мережі Інтернет з метою популяризації підприємства, його продукції та встановлення довготривалих і добрих відносин з покупцями даної продукції, який має близько десяти головних інструментів, правильне та чітко сплановане використання яких дозволить підприємству значно підвищити свою конкурентоспроможність та популярність.

Головна проблема багатьох маркетологів полягає в тому, що вони без жодного планування починають використовувати інструменти інтернет-маркетингу, що призводить до збитків та втрати конкурентних позицій, тому не варто забувати про планування – це форма діяльності маркетолога, що спрямована на визначення цілей, поетапний план дій та заходів, що спрямовані на виконання поставлених цілей підприємством по збільшенню збуту продукції. Звичайно, повністю майбутнє передбачити неможливо, але повинна бути поставлена ціль та складена поетапна послідовність дій з доводами, чому і до чого призведе той чи інший етап, тобто необхідно сформулювати стратегію інтернет-маркетингу.

Перед тим як почати розробляти дану стратегію необхідно визначитися для чого вона формується тобто з якою ціллю, що підприємство хоче отримати після її реалізації. Наприклад: збільшення популярності продукції, збільшення прибутків, покращення репутації підприємства, або якщо це нове підприємство то вихід на ринок, пошук власної аудиторії. Ці завдання підприємство може комбінувати завдяки використанню декількох інструментів інтернет-маркетингу одночасно.

Потім необхідно визначити цільову аудиторію та проаналізувати чому вони надають перевагу, далі проаналізувати найближчих конкурентів, що дозволить сформувати унікальну торгову пропозицію – це якісна ознака певного продукту, що відрізняє його від продукції конкурентів тим самим надає перевагу при виборі його споживачем.

Після визначення цілі, цільової аудиторії та унікальної торгової пропозиції, необхідно скласти поетапний план в якому буде вказано всі кроки використання інструментів інтернет-маркетингу та для чого вони будуть виконані та що найважливіше необхідно виділити певний грошовий бюджет використання якого значно підвищить ефективність рекламної кампанії.

Тепер, для прикладу сформуємо стратегію інтернет-маркетингу для торгової організації яка працює в межі району, основною діяльністю якої є виготовлення на замовлення та продаж кондитерських виробів. Ціллю формування такої стратегії буде покращення репутації організації, збільшення збуту продукції, що призведе до охоплення

вагомої частки ринку та покращення конкурентоспроможності. Стосовно цільової аудиторії то її як такої не існує, кондитерські вироби вживають практично всі, як і користуються мережею Інтернет. Унікальна торгова пропозиція організації полягає в доволі невисоких цінах в порівнянні з конкурентами та можливістю замовити на певну дату із дотриманням всіх побажань клієнта. Організація є прибутковою тому бюджет для рекламної кампанії є в наявності але доволі невеликий.

Тепер сформуємо послідовність кроків які необхідно буде виконати маркетинговому відділу організації для виконання поставлених цілей:

1) Створення сторінок в соціальних мережах тобто використання SMM (Social media marketing). Лише за останні пів року в Україні кількість користувачів соціальної мережі Facebook зростає на 1,5 млн активних користувачів як і користувачів Instagram, на даний момент в Україні близько 20–25 млн активних користувачів які користуються обома цими соціальними мережами, тому це дуже хороший інструмент просування, завдяки якому можна привернути увагу багатьох клієнтів конкурентів та користувачів соціальних мереж. За допомогою яскравих картинок, цікавих відео, корисної інформації які можна публікувати без використання грошового бюджету та особливих зусиль. Для привернення уваги користувачів можна використовувати функцію підписки та лайкінгу, якщо розглядати статистику конверсії, то близько 15 % користувачів зацікавляться в взаємній підписці на профіль, а також можна використовувати замовлення реклами в інших користувачів тільки на цей раз це не безкоштовно. Раніше була можливість використовувати метод масового слідкування та лайкінгу за користувачами але на даний момент за використання даної функції адміністратори карають блокуванням сторінки. Це прекрасний варіант початку просування власної продукції який практично не потребує витрачання коштів та часу.

2) Створення спільнот у популярних месенджерах як наприклад Telegram або Viber які є дуже популярними, Viber на сьогоднішній день найпопулярніший месенджер, аудиторія якого за останній рік зросла на 3 % і тепер це близько 97 % користувачів смартфонами, Telegram в останні роки продовжує набирати популярність, його основними користувачами є особи у віці з 15–40 років і частка від користувачів смартфонами становить близько 47 %, тому цей метод дуже ефективний, він дає можливість користувачам які вже повністю довіряють продукції підписатися на спільноту та вперше за інших дізнатися якусь цікаву інформацію яку буде викладати адміністратор спільноти, також в них є можливість проводити різні розіграші, які також привернуть нових клієнтів.

3) Використання різних анкет та опитувань. Соціальні мережі привернуть увагу користувачів, яким буде вигідно приймати участь в опитуваннях для передачі своїх смаків та переваг організації, яка буде працювати з ціллю вгодити своїм клієнтам, найкращим способом використання онлайн анкетування буде використання Google платформи яка дозволяє створити анкету та за допомогою посилань на неї розповсюджувати скільки завгодно наприклад за допомогою електронної пошти.

4) Використання розсилки за допомогою електронної пошти: близько 98 % користувачів мережею Інтернет мають власну електронну пошту, тому це ефективний крок який дозволить організації нагадувати про себе, але лише тим клієнтам які дали згоду на отримання листів. Найкраще працює персоналізований лист, але на його оформлення потрібно більше часу.

Дана послідовність кроків при правильному підході та використанні допоможе організації досягти поставлених цілей без великих фінансових втрат.

Стосовно розробки сайту, то на нашу думку для невеликої організації яка працює в одному районі, він не потрібний, його розробка та популяризація призведе до великих витрат які з часом себе не окуплять. Також можна використовувати відео платформу YouTube, але

на зйомку та монтування відео необхідно багато часу, тому краще за все зосередитися на соціальних мережах та веденні спільнот.

Отже, дослідивши інструменти інтернет-маркетингу та важливість планування ми прийшли до висновку, перед тим як застосовувати маркетингові заходи необхідно зробити детальний аналіз власного підприємства, конкурентів, власних цілей та очікувань та розробити план дій який поступово буде втілювати в життя.

Список використаних джерел

1. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий (Digital Marketing: The Essential Guide to New media & Digital Marketing) 2010. 384 с.

2. Литовченко І. Л., Пилипчук Л. В. Internet-маркетинг : навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2008. 182 с.

3. Статистика користування месенджерами. URL: <https://ain.ua/2020/01/28/viber-polzovateli/>

4. Инструменты Интернет-маркетинга. URL: <http://constructorus.ru/uspex/strategiya-i-instrumenty-Internet-marketinga.html>.

УДК 328:614

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Починок В. А., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування Черкаський державний технологічний університет

Вивчення основ європейської політики в сфері охорони здоров'я «Здоров'я-2020» дозволяє виявити принципи, на яких ґрунтується зазначена політика.

В першу чергу, в документі було зазначено, що на сьогодні уряди стикаються з труднощами в зв'язку зі збільшенням витрат на охорону здоров'я, що заважає ефективно виконувати функції зі здоров'язбереження населення. У багатьох країнах частка державного бюджету, що витрачається на охорону здоров'я, сьогодні як ніколи висока, при цьому вартість послуг зростає швидше, ніж ВВП. Оскільки Міністерства охорони здоров'я не можуть подолати всі ці труднощі, спираючись лише на власні сили – рішення таких проблем вимагає застосування міжсекторальних підходів [1].

Тобто, повинен бути застосований принцип загальнодержавної відповідальності за охорону здоров'я, який вимагає, щоб уся система державного управління на всіх рівнях, при виробленні всіх напрямів політики в галузі законодавчого регулювання, в соціальній сфері, в економіці обов'язково враховувала наслідки для здоров'я. Така спільна діяльність може бути успішною при умові вирішення двох взаємопов'язаних завдань:

- покращення здоров'я для усіх та скорочення нерівностей по показникам здоров'я;
- удосконалення лідерства та колективного керівництва в інтересах здоров'я [1].

Результати наукових досліджень свідчать про те, що для ефективних втручань потрібні такі умови проведення політики, які дозволяють долати кордони між секторами і здійснювати інтегровані програми. [1].

Важливу роль у підвищенні ефективності діяльності системи охорони здоров'я відіграє розвиток лідерства в даній сфері. Сектор охорони здоров'я відповідає за такі напрямки діяльності: розробка та реалізація національних і субнаціональних стратегій

охорони здоров'я; постановка цілей і завдань щодо поліпшення здоров'я; оцінка впливів на здоров'я, обумовлених діяльністю інших секторів; надання високоякісної та ефективної медичної допомоги; забезпечення основних функцій громадської охорони здоров'я. Необхідно також враховувати вплив стратегічних рішень в сфері охорони здоров'я на інші сектори і зацікавлені сторони.

В доповіді визначається, що все більшою мірою підтверджуються стратегічні вигоди від прийняття принципу врахування інтересів здоров'я у всіх стратегіях (health in all policies). Цей підхід спрямований на підвищення пріоритетності питань здоров'я на порядку денному політики, розвиток стратегічного діалогу з проблем здоров'я і його детермінант, а також забезпечення підзвітності за підсумковими показниками здоров'я.

Органи державного управління також повинні створювати структури і механізми, що дають можливість активного залучення більш широкого кола зацікавлених сторін. Особливо важливою є участь громадян, громадських організацій та інших груп населення, які складають громадянське суспільство.

Принцип участі всього суспільства не обмежується конкретними установами: він надає мобілізуючий вплив на місцеву та глобальну культуру і засоби масової інформації, сільські та міські громади і всі стратегічно важливі для здоров'я сектори політики, такі як освіта, транспорт, охорона навколишнього середовища та навіть містобудівне проектування.

Підходи на основі участі всього суспільства – це форма колективного керівництва, яка може доповнювати державну політику. При цьому особлива увага приділяється координації діяльності шляхом використання загальноприйнятих цінностей і зміцнення взаємної довіри серед широкого кола різних діючих сил. Такий підхід, завдяки залученню приватного сектора, громадянського суспільства, місцевих громад і окремих громадян, підвищує здатність спільнот долати загрози здоров'ю, безпеці та добробуту.

Розширення прав і можливостей громадян, споживачів і пацієнтів також має ключове значення для поліпшення здоров'я, діяльності систем охорони здоров'я та підвищення рівня задоволеності пацієнтів послугами охорони здоров'я.

Отже, обов'язковими принципами, на яких повинно базуватися державне управління в сфері охорони здоров'я, повинні бути наступні:

- принцип загальнодержавної відповідальності за охорону здоров'я;
- принцип міжсекторального партнерства;
- принцип участі всього суспільства.

Реалізація цих чотирьох пріоритетів вимагає застосування комплексних підходів стратегічного керівництва, а також впровадження підходу «розумне керівництво» (smart governance), яке повинно бути спрямовано на впровадження позитивних змін, сприяти інноваціям і орієнтуватися на вкладення ресурсів у зміцнення здоров'я та профілактику хвороб. Нові підходи включають управління шляхом співпраці, шляхом залучення громадян, з використанням поєднання нормативних заходів і переконання, а також із залученням незалежних агентств і експертних органів. Зростає необхідність застосування об'єктивних даних для обґрунтування політики і практики, дотримання етичних норм, розширення принципів прозорості і зміцнення підзвітності в таких областях, як захист конфіденційності особистого життя, оцінка ризиків і оцінка впливу на здоров'я.

Кризові явища в системі охорони здоров'я, які виникли в наслідок пандемії протягом 2020 року, змусили європейський уряд переглянути свою політику та запровадити заходи з підвищення стійкості цієї системи та впровадження інновацій. Європейська комісія запропонувала нову автономну програму охорони здоров'я на період 2021-2027 років - програму EU4Health [2].

Пандемія COVID-19 показала необхідність значного підвищення готовності і здатності ЄС ефективно реагувати на основні транскордонні загрози здоров'ю.

Це, зокрема, продемонструвало, що ЄС необхідно:

- посилення координації між державами-членами під час кризи в галузі охорони здоров'я;
- більший потенціал на рівні ЄС для підготовки до криз в галузі охорони здоров'я та боротьби з ними;
- більше інвестицій в системи охорони здоров'я, щоб бути готовими до викликів завтрашнього дня [2].

Завдяки програмі EU4Health тепер ЄС зможе:

- вкладати кошти в створення резервів медикаментів на випадок кризи;
- створити резерв медичного персоналу та експертів, які можуть бути мобілізовані для запобігання або реагування на кризи в галузі охорони здоров'я на всій території ЄС;
- навчити фахівців охорони здоров'я для роботи в країнах ЄС;
- посилити нагляд за загрозами здоров'ю і підвищити стійкість систем охорони здоров'я, щоб забезпечити найкращі результати щодо здоров'я для всіх.

Це дозволить ЄС мати більше і більше сильних інструментів для прийняття швидких, рішучих і скоординованих дій з державами-членами як у підготовці до криз, так і в управлінні ними, а також в поліпшенні функціонування і ефективності систем охорони здоров'я ЄС в цілому [2].

Програма EU4Health переслідує три основні цілі:

1. Захист людей в ЄС від серйозних транскордонних загроз здоров'ю і поліпшення потенціалу кризового управління.
2. Забезпечення доступності ліків, медичних пристроїв та інших продуктів, актуальних для кризових ситуацій, а також підтримка інновацій.
3. Зміцнення системи охорони здоров'я і кадрових ресурсів охорони здоров'я, в тому числі шляхом інвестування в практику охорони здоров'я [2].

Крім забезпечення готовності до криз і відповідних заходів, програма EU4Health буде вирішувати інші важливі довгострокові завдання для систем охорони здоров'я, зокрема:

- нерівність в стані здоров'я серед груп населення, країн і регіонів, а також доступ до недорогої, профілактичної і лікувальної медичної допомоги хорошої якості;
- тягар неінфекційних захворювань, зокрема раку, психічного здоров'я, рідкісних захворювань і ризиків, пов'язаних з детермінантами здоров'я;
- нерівномірний розподіл потенціалу систем охорони здоров'я;
- перешкоди на шляху широкого впровадження і оптимального використання цифрових інновацій, а також їх збільшення;
- зростаючий тягар для здоров'я в результаті деградації і забруднення навколишнього середовища, зокрема якості повітря, води і ґрунту, а також демографічних змін [2].

Отже, зазначене вище свідчить, що до основних принципів державного управління в сфері охорони здоров'я, можемо додати ще принципи гнучкості, швидкого реагування та адаптивності, які полягають у можливості швидкого реагування державних політик на появу нових викликів та зовнішніх загроз.

Список використаних джерел

1. Здоров'я-2020: основы европейской политики и стратегия для XXI века. URL: https://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0017/215432/Health2020-Long-Rus.pdf (дата звернення: 02.10.2020).
2. Questions and Answers on the New EU4Health Programme. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_956 (дата звернення: 02.10.2020)

ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

Пріхно І. М., д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний університет

Фінансова політика є одним з найголовніших інструментів, призначенням якого є забезпечення економічного розвитку як держави в цілому, так і її регіонів. Фінансова політика держави передбачає наявність основних правил, принципів, механізмів, на основі яких регулюється рух фінансових ресурсів на державному рівні й на регіональному (місцевому) рівні. Фінансові ресурси, які рухаються у правильному напрямі (раціонально перерозподілені між різними галузями економіки), є базою для економічного розвитку держави та її регіонів.

Враховуючи глобалізаційні та євроінтеграційні процеси, процеси децентралізації та регіоналізації, які відбуваються останнім часом в Україні, надзвичайно важливим є забезпечення оптимальної міри впливу фінансової політики держави на регіональний розвиток. Це пов'язано, перш за все, з тим, що регіональні інтереси в найбільш повній мірі можуть бути вирішені саме завдяки реалізації ефективної регіональної фінансової політики. Але реальність сьогодні така, що більшість регіонів України перебуває в депресивному стані і неспроможні самотійно (без державної фінансової підтримки) вийти на позитивну динаміку економічного зростання.

Фінансова політика є об'єктом дослідження вітчизняних вчених-економістів протягом усієї історії незалежності України. Існує значна кількість трактувань поняття «фінансова політика» і на сьогодні немає єдиного підходу до розуміння сутності цієї дефініції.

Варто відзначити, що в умовах євроінтеграції та децентралізації в Україні відбувається трансформація фінансової системи – важливим принципом функціонування місцевих фінансів стає принцип самофінансування. Тому, визначаючи сутність фінансової політики регіонального розвитку, необхідно враховувати сучасні тенденції розвитку фінансів.

Під сучасною фінансовою політикою слід розуміти сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо формування й ефективного використання фінансових ресурсів країни, які містять у собі ресурси її окремих регіонів, секторів економіки, підприємств і домогосподарств, для забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку на основі використання відповідних фінансових і монетарних важелів та створення відповідного інституційного середовища, котрі сприяють реалізації цієї політики [1, с. 57–58].

Вважаємо, що мету фінансової політики регіонального розвитку можна сформулювати таким чином: забезпечення економічної та соціальної стабільності регіону шляхом створення відповідних умов для збалансованого економічного зростання регіону.

Розрізняють два види фінансової політики – державну й регіональну, тому формування ефективної фінансової політики регіонального розвитку повинно здійснюватися з врахуванням рівня впливу на неї державної фінансової політики та регіональної фінансової політики (рис. 1).

Державна фінансова політика являє собою сукупність бюджетної, податкової інвестиційної, грошово-кредитної й соціальної політик.

Бюджетна політика передбачає визначення складу доходів бюджетів всіх рівнів та їхнє розмежування між всіма рівнями бюджетної системи, окреслення напрямів бюджетних видатків.

Податкова політика передбачає визначення правил стягування всіх видів податків, зборів і обов'язкових платежів, а також застосування штрафних санкцій за порушення строків оплати.



Рисунок 1 – Вплив фінансової політики на регіональний розвиток
 Джерело: Побудовано автором на основі [2, с. 49; 3]

Інвестиційна політика передбачає створення сприятливого інвестиційного клімату з метою залучення додаткових фінансових ресурсів задля забезпечення економічного зростання.

Грошово-кредитна політика передбачає здійснення валютної політики (у т.ч. й курсової політики), політики регулювання платіжного балансу, політики управління золотовалютними резервами, емісійної та кредитної політики.

Соціально політика передбачає застосування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення соціальної стабільності, підтримку незахищених або мало захищених верств населення, стимулювання рівня зайнятості населення, забезпечення належного рівня матеріального забезпечення працівників бюджетної сфери.

Регіональна фінансова політика являє собою сукупність політики фінансового забезпечення, політики інвестиційного забезпечення й політики фінансової безпеки.

Політика фінансового забезпечення передбачає визначення підходів до наповнення місцевих бюджетів фінансовими ресурсами регіону та окреслення напрямів використання сформованих фінансових ресурсів.

Політика інвестиційного забезпечення передбачає визначення методів, механізмів та інструментів, які сприятимуть залученню інвестицій у різні сфери діяльності регіону – економіку, соціальну сферу, екологічну сферу тощо.

Політика фінансової безпеки передбачає розробку комплексу стратегічних і тактичних дій, які спроможні забезпечити захист регіону від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх фінансових дестабілізаторів.

Рациональне поєднання, збалансованість та оптимальне співвідношення впливу кожної складової фінансової політики та застосування найефективніших методів, механізмів та інструментів реалізації фінансової політики дозволить сформуванню потужний фінансовий потенціал регіону та забезпечити позитивний приріст економічних показників регіонального

розвитку. Фінансова політика регіону повинна здійснюватися комплексно і з врахуванням системного підходу. При цьому необхідно враховувати, що в процесі соціально-економічного розвитку регіону необхідно періодично видозмінювати, корегувати та/або вводити нові методи, механізми та інструменти реалізації фінансової політики, які б якнайкраще відповідали новітнім тенденціям розвитку, що, в свою чергу, матиме позитивні наслідки на рівень економічного зростання регіонів та держави.

Список використаних джерел

1. Доброскок С. С. Проблеми та перспективи розвитку фінансової політики України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 30-2. С. 57–59.

2. Скрипка О. М. Фінансова політика в умовах трансформації економіки. *Фінансова політика у системі соціально-економічного розвитку України* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 13-14 квіт. 2016 р.). Київ, 2018. С. 49–50.

3. Фінанси регіону : навч. посібник / М. А. Коваленко, Т. О. Мацієвич, Г. М. Полевик, Н. В. Радванська ; за ред. М. А. Коваленка. Херсон : Олді-плюс, 2011. 312 с. URL : https://pidru4niki.com/10561127/finans/finansova_politika_regionu_instrumenti#12.

УДК 331.1

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Прокопенко Т. О., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Черкаський державний технологічний університет

Кошеленко С. В., к.е.н., доцент кафедри економіки та управління Черкаський державний технологічний університет

Як відомо, персонал є ключовим чинником, що визначає успіх будь-якого підприємства, тому в сучасних умовах зростаючої конкуренції та нестабільності, підприємствам необхідно постійно вирішувати низку задач, що стосуються насамперед оновлення системи управління персоналом, удосконалення кадрової політики, використання інноваційного потенціалу персоналу тощо. Таким чином дослідження та визначення інноваційних методів в системі управління персоналом є досить актуальною проблемою, що потребує вирішення.

Сучасними методами управління персоналом слугують інструменти, засновані на інтелектуальності, індивідуальності та здатності працівників. Традиційні методи втратили свою ефективність, але в деяких випадках без них обійтися неможливо.

Інноваційна система управління персоналом є гнучкою системою, яка постійно розглядає потреби персоналу, здатного розробляти, впроваджувати та застосовувати інновації. Звідси й впливає головна передумова для інноваційного розвитку – наявність фахівців, здатних генерувати нові ідеї [1].

Основними інноваційними принципами формування системи управління персоналом є: готовність до взаємного компромісу; взаємодовіра керівництва і трудового колективу; лояльність персоналу до місця роботи; утримання на підприємстві цінних працівників; мінімізація загального рівня конфліктів та стресу у трудовому колективі; прозорість та відкритість між керівництвом та персоналом; наявність інноваційних методів в управлінні персоналом [2].

Інноваційні методи управління персоналом на підприємстві зображено та охарактеризовано в табл. 1.

Таблиця 1 – Інноваційні методи управління персоналом на підприємстві [3]

Метод	Особливості	Підсистема управління персоналом
Аутсорсинг	Передача завдань, функцій, бізнес-процесів у межах підприємства.	Підбір та наймання персоналу, його аналіз. Організація та атестація персоналу
Аутстафінг	Співробітники підприємства переводяться в організацію, що надає послуги з аутстафінгу, тобто організація оформлює у свій штат вже наявний персонал підприємства.	
Лізинг персоналу	Тимчасове або строкове залучення персоналу для вирішення проблем підприємства у мовах змін напрямків діяльності.	
Коучинг	Є формою консультаційної підтримки, завданням якої є допомога в пошуку рішень різних складних ситуацій.	Навчання, підвищення кваліфікації та мотивація персоналу.
Хедхантинг	Кадрові агентства здійснюють прямий пошук фахівців високої ланки з урахуванням вимог замовника.	Підбір та наймання персоналу, його оцінювання.
Рекрутинг	Кадрові агентства здійснюють пошук фахівців середньої ланки з урахуванням вимог замовника, використовуючи наявні бази даних.	
Скринінг	Кадрові агентства здійснюють пошук допоміжного та обслуговуючого персоналу, шляхом отримання резюме та відправлення його замовнику.	
«Плетіння мереж» та прямий пошук	Консультант використовує для пошуку власні зв'язки та робить ділову пропозицію потенційному кандидату.	
Реінженіринг	Радикальна перебудова бізнес-процесів підприємства для отримання певних результатів.	Створення умов праці.
Внутрішній маркетинг	Використання маркетингового підходу для інтеграції персоналу, шляхом взаємодії мотивованого та клієнтоорієнтованого персоналу.	Мотивація персоналу, навчання та підвищення кваліфікації, організація трудових відносин.
Таємний покупець	Приховане спостереження за роботою персоналу для встановлення рівня дотримання правил та норм здійснення професійних обов'язків.	Оцінювання, атестація, мотивація персоналу.
Автоматизована інформаційна система управління персоналом підприємства	Застосування спеціального програмного забезпечення, що дає змогу автоматизувати бізнес-процеси управління персоналом.	Всі підсистеми управління

Отже, сучасні умови прискореної глобалізації, жорсткої конкуренції та нестабільності вимагають від підприємств впровадження інновації в систему управління персоналом. Загалом існують безліч інноваційних методів управління персоналом, що дозволяють менеджменту підприємства впливати на підвищення ефективності діяльності залежно від підсистем, в яких вони впроваджуються.

Список використаних джерел

1. Погребняк А. Ю., Ліннік І. М. Інноваційне управління персоналом як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2018. № 12. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/24667> (дата звернення: 18.10.2020).
2. Редьква О. З. Інноваційні засади формування системи управління персоналом машинобудівного підприємства. *Розвиток навчально-науково-виробничих комплексів в умовах трансформаційної економіки: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М. Г. Чумаченка*. Тернопіль, 2012. С. 84–85.
3. Лизунова О. М., Іщенко Я. Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. *Економіка і суспільство: електронне наукове фахове видання*. 2018. Вип. 14. С. 448–456. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/62.pdf (дата звернення: 18.10.2020).

УДК 658

**СУТНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Прокопенко Т. О., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет

Ільченко Н. В., к.н.держ.упр., доцент кафедри економіки та управління
Черкаський державний технологічний університет

Прибутковість виступає одним із ключових факторів успішної діяльності підприємств, тому в сучасних умовах нестабільності часто постає питання – як утримати та зберегти стабільну роботу підприємств в кризових умовах.

Для успішної роботи, збереження прибутковості та конкурентних позицій підприємствам необхідно швидко реагувати на зовнішні та внутрішні зміни в середовищі. Для цього варто розробити та впровадити систему антикризового управління підприємством, що дасть змогу завчасно передбачати кризові явища та мінімізувати їх наслідки.

Антикризове управління розглядається в науковій літературі переважно як система своєчасних управлінських заходів та прийомів, які передбачають прогнозування, дослідження, попередження та нейтралізацію різного роду кризових явищ, а також підстав їх появи [1]. Провідною метою антикризового управління є відносно швидке відновлення платоспроможності та економічної стійкості фірми, що допоможе попередити банкрутство. Для цього на підприємстві розробляється політика антикризового управління, яка включає: періодичне здійснення аналізу фінансового стану підприємства для виявлення ознак становлення кризи; визначення масштабів кризи; дослідження причин кризового стану; складання мети та підбір методів подолання кризи; впровадження та залучення внутрішніх інструментів економічної стабілізації підприємства; вибір дієвих форм санації; фінансове забезпечення ліквідаційних механізмів при умові банкрутства підприємства [2].

Значну роль при розробці антикризової програми відіграє маркетингова політика підприємства. До цього ж, велика увага приділяється забезпеченню швидкого обороту капіталу. Одною з найпоширеніших підстав зменшення рівня прибутковості підприємств є превалювання засобами виробництва низької ліквідності, тобто нерухомістю. Також варто

знати, що в кризовому стані норма прибутку більше залежить не від вартості кінцевої продукції, а від інтенсивності її продажу.

У разі якщо внутрішні механізми економічної стабілізації не дали бажаного ефекту та при результатах аналізу не було виявлено можливостей для подолання кризи власними силами, потрібно задуматися про санацію або ж ліквідацію [3].

З огляду на це антикризова стратегія виступає одним з найефективнішим інструментом антикризового управління підприємством, результатом якої є попереджуваче (превентивне) антикризове управління. Тобто така стратегія визначає поведінку фірми в змінах зовнішнього середовища, пропонує альтернативні дії щодо вирішення виникаючих ускладнень та координує різні процеси підприємства на стадіях його життєвого циклу [4].

При здійсненні антикризової стратегії на підприємстві використовуються спеціальні тактичні інструменти, які стосуються вирішенню конкретної ситуації, яка виникає в процесі функціонування. Саме тому заздалегідь визначити та прописати конкретні інструменти при реалізації стратегії – непросто.

Сьогодні існує багато різних методів та інструментів антикризового управління підприємством, найпоширенішими з яких є реструктуризація, санація та ліквідація. Така неоднозначність антикризового стратегічного управління пов'язана насамперед з існуванням всіляких видів та форм криз підприємства та їх сутністю, що власне й визначає ймовірність впровадження різних механізмів антикризового управління на підприємствах.

Узагальнення інструментів антикризового управління в залежності від типу антикризового управління представлено у табл. 1.

Таблиця 1 – Інструменти антикризового управління підприємством [5]

Діагностика кризи	Тип антикризового управління	Мета антикризового управління	Інструменти антикризового управління	
Пізня	Реактивне	Виведення підприємства із кризи	Тактичні	Контролінг, аутсорсинг, бенчмаркетинг, даунсайзинг, аудит бізнес-процесів
Рання	Превентивне	Попередження настання кризи	Стратегічні	Інтеграція, реструктуризація, реінжиніринг, диверсифікація, санація, ліквідація

В результаті доречно вибраного інструменту антикризового управління та правильного його застосування на підприємстві має відбутися процес, що забезпечить відновлення фінансової і комерційної стійкості, а також подолання кризи.

Отже, для збереження стабільності діяльності підприємств в кризових умовах потрібно розробити та впровадити систему антикризового управління, яка передбачає запобігання та подолання кризових явищ. Визначено, що найбільш дієвим інструментом є розробка та реалізація антикризової стратегії, головною задачею якої є попередження кризи. Для визначення ефективного інструменту для подолання кризи потрібно врахувати ряд факторів, що на неї впливають та її особливості, що забезпечить підприємству збереження та зміцнення своїх позицій в існуючому середовищі.

Список використаних джерел

1. Суздальцев О. Антикризове управління як один із напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства. *Вісник Донецького університету економіки та права*. 2012. № 1. С. 88–91.
2. Нізалов Д. Антикризове управління: вибір методів. *Держава та регіони*. 2001. № 1. С. 58.

3. Рясних Є. Основи фінансового менеджменту: навч. посіб. Київ: Скарби, 2003. 238 с.
4. Давиденко Н. М. Антикризове фінансове управління на підприємстві. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2015. Випуск 211(1). С. 76–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2015_211%281%29_17. (дата звернення: 11.10.2020).
5. Мостенська, Т. Л., Юрій Е. О. Інструменти антикризового управління. *Український журнал прикладної економіки.* 2019. Том 4. № 1. С. 64–72.

УДК 336.22

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ І ПРОБЛЕМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Ромашко І. Є., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет

Податкова політика є одним із багатьох, але найважливіших важелів втручання держави у соціально-економічні процеси. Це наслідок постійно зростаючої ролі держави в економіці та суспільному житті, яка постійно потребує певних фінансових ресурсів. У розвинутих країнах світу рівень перерозподілу валового внутрішнього продукту за допомогою податків дуже значний, а тому податкові інструменти мають вагомий вплив на економічний розвиток як окремого агента ринку, так і держави в цілому. Сьогодні питання розвитку податкової політики є одними з найактуальніших в економічному та соціальному житті України через нові явища у вітчизняній економіці, її орієнтацію на ринкові відносини, де фіскальні інструменти є одним із найефективніших методів державного регулювання економіки. Ефективний розвиток української економіки неможливий без реалізації передбачуваної, обґрунтованої та ефективною податкової політики, оскільки добре відомо, що в ринкових економіках збалансована фіскальна політика є одним із ключових факторів збільшення виробництва, інвестиційної активності та зайнятості.

Проблеми податкової політики в Україні. При аналізі ефективності податкової політики важливою характеристикою сучасних податкових систем є структура податків, насамперед співвідношення прямих та непрямих. Оскільки Україна є країною з низьким рівнем життя більшості громадян, непрямі податки займають значну частку в структурі податкових надходжень.

Податкова політика повинна бути гнучкою, оптимально пов'язувати інтереси держави з інтересами виробників, платників податків та суттєво впливати на забезпечення підприємств оборотними коштами. Реальне зменшення податків можливе лише в країні з потужною економічною базою, лише тоді зменшення податкової ставки призведе до збільшення виробництва, що ще більше компенсує тимчасове зменшення податкових надходжень. На цьому принципі провідні країни світу будують свою податкову політику. Основним недоліком чинної податкової системи є її спрямованість на подолання дефіциту бюджету за рахунок вилучення доходів суб'єктів господарювання. Відсутній чіткий взаємозв'язок між податковою системою та розвитком економіки та діяльністю її прямих суб'єктів, і це призвело до того, що податкова система розвивається ізольовано від розвитку суб'єктів прямого оподаткування. Підприємства зацікавлені в отриманні мінімального прибутку, щоб уникнути надмірного податкового тиску.

Основні проблеми податкової політики України:

- надмірний податковий тиск на сумлінних платників податків, особливо у сфері трудомістких виробництв;

- нерівномірність податкового навантаження; – часті і непередбачувані зміни у податковому законодавстві;
- невідповідність принципів формування та реалізації податкової політики України та країн ЄС тощо.

Що потрібно зробити? Сьогодні важливо забезпечити формування податкової системи, яка сприяла б економічному розвитку, формуванню повноцінних суб'єктів ринкової економіки при одночасному поступовому вирішенні проблеми зменшення дефіциту бюджету та досягнення фінансової стабілізації з поступовим переходом до економічного зростання. Потрібно змінити механізм та призначення податків.

Основні задачі удосконалення податкової політики, які необхідно вирішити в короткотерміновому періоді:

- зниження реального податкового навантаження в поєднанні з безумовним забезпеченням необхідних фінансових ресурсів до бюджетів усіх рівнів;
- забезпечити найбільш рівномірний розподіл податкового навантаження за податком на прибуток підприємств шляхом вирівнювання бази оподаткування.

Реформа податкової системи повинна базуватися на принципі прозорості та фіскальної достатності, тобто формуванні дохідної частини бюджету на рівні, достатньому для здійснення державних функцій; запобігання проявів дискримінації окремих платників податків, а також щодо оподаткування товарів вітчизняного чи іноземного походження, сума податку повинна дорівнювати вартості товарів та послуг, що надаються державою. У разі подальшого реформування податкової системи також доцільно запровадити гнучкі форми податкового регулювання залежно від змін у макроекономічній ситуації та впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у практику адміністрування податків.

Висновки. Метою податкової політики є пошук оптимального співвідношення між фінансовими можливостями держави та величиною статей видатків соціально-економічного характеру за певних умов розвитку країни. Реалізація податкової політики базується на певних принципах, таких як відносна рівність зобов'язань, економічний нейтралітет, організаційна простота, гнучкість, контрольованість податків платниками податків, обов'язковість, справедливість та інші. Сьогодні вітчизняна податкова політика має ряд проблем: нестабільність податкового законодавства; надмірний податковий тиск на платників податків; нерівномірність податкового навантаження; невідповідність принципів формування та реалізації податкової політики України та країн ЄС та ін. Реформа діючої податкової системи повинна відбуватися у напрямку подолання цих проблем та створення сприятливих умов для вітчизняних товаровиробників товарі, стимулювання інвестицій в інвестиційні програми. Для формування раціональної податкової політики необхідно використовувати регулюючу функцію податкової системи у формі надання пільгового оподаткування, зробити пільги більш прозорими та збільшити їх стимулюючі та регулюючі властивості

Список використаних джерел

1. Деєва Н. М. Оподаткування в Україні. Навчальний посібник. В.: Центр учбової літератури. 2009. 544 с.
2. Податкова система: Навчальний посібник. Волохова І. С., Дубовик О. Ю., Слатвінська М. О. та ін.; за заг. ред. І. С. Волохової, О. Ю. Дубовик. Харків: Видавництво «Діса плюс», 2019. 402 с.
3. Податкова система України: тренінг-курс : навч. посіб. О. М. Тимченко, Ю. В. Сибірянська, С. М. Кокшарова та ін. ; за заг. ред. О. М. Тимченко ; передм. Т. І. Єфименко. К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. 656 с.
4. Фрадинський О. А. Основи оподаткування: навч. посібник. Львів: «Новий світ. 2000», 2010. 344 с.

O PROCESSO DE INTERVENÇÃO DO FMI EM PORTUGAL ENTRE 1975 E 1985 ПРОЦЕС ІНТЕРВЕНЦІЇ МВФ В ПОРТУГАЛІЇ З 1975 ПО 1985 РІК

Rocha R., Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais

Definição do problema: Entre 1975 e 1985 a economia Portuguesa passou por vários ciclos de desequilíbrio e ajustamento, recorrendo por diversas vezes nesse período a Programas Condicionais do Fundo Monetário Internacional (FMI). Através de uma aplicação da metodologia da causalidade processual qualitativa procurámos identificar relações de causalidade entre os diversos ciclos e qual o impacto que as intervenções do FMI tiveram na evolução da economia portuguesa durante esses períodos. Concluímos que existiu uma relação de causalidade entre os diversos ciclos e que estes ciclos resultam da interação entre as ações do FMI e o contexto interno e externo, tendo tido o FMI um papel mais ativo nos períodos de ajustamento do que nos períodos de desequilíbrio, embora tenha tido um papel relevante em ambos os momentos.

O objetivo do estudo: Esta dissertação insere-se no Mestrado de Ciência Política e Relações Internacionais, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e visa identificar as relações de causalidade entre a intervenção do Fundo Monetário Internacional (FMI) em Portugal e a evolução da situação económica Portuguesa entre 1975 e 1985. A motivação para a sua elaboração decorre do tema ser relevante e constituir um objeto de estudo importante no quadro da formação recebida. Embora o tema seja objeto de vasta bibliografia, propomos uma abordagem inovadora que recorrendo aos novos dados disponíveis, como a publicação dos arquivos confidenciais do FMI, nos permitirá compreender melhor as dinâmicas deste processo e tirar novas conclusões sobre o mesmo.

Declaração do material: A contextualização tem como objetivo caracterizar a conjuntura interna e externa em que o ajustamento macroeconómico apoiado pelo FMI decorreu. Esta caracterização é fundamental, pois o contexto é imprescindível para a compreensão deste processo e o principal problema com que nos deparamos, como referimos anteriormente, é a facilidade com que se cometem anacronismos na análise. Os Programas do FMI existiam antes de 1975 e continuam a existir atualmente, mas os seus métodos e objetivos evoluíram num constante processo de adaptação. O mesmo se aplica à dinâmica interna e externa. O contexto no qual Portugal recorreu pela primeira vez aos programas de financiamento, em 1975, foi significativamente diferente daquele que se verificava em 1985. A opção por dividir esta contextualização em dinâmica externa e dinâmica interna deve-se à complexidade de cada uma das perspetivas. Assim, optámos por fazer uma análise separada, mas considerando sempre as interligações existentes entre as duas dinâmicas. Embora pudéssemos ter optado por limitar esta contextualização aos anos imediatamente anteriores ao início do processo de intervenção, considerámos relevante para a nossa análise recuar até aos anos Pós II Guerra, pois muitas das dinâmicas que irão marcar o processo de intervenção do FMI em Portugal têm as suas raízes nesse período. No rescaldo da Segunda Guerra Mundial as condições de vida nas áreas afetadas diretamente pelo conflito foram muito precárias. Racionamentos, controlo de preços, alta inflação, graves défices orçamentais e desequilíbrios da balança de pagamentos, devido ao esforço de reconstrução, eram problemas comuns. A destruição de capacidade produtiva durante o conflito, tanto em termos industriais como agrícolas, a redução dos fluxos comerciais e as distorções criadas pela guerra não afetaram apenas os países beligerantes, mas criaram problemas em várias regiões do globo. No entanto, a recuperação que se iniciou no pós-guerra foi impressionante tanto em termos de velocidade como de abrangência. Esta

recuperação caracterizou-se pelo acelerado crescimento económico, que associado a um reforço da cooperação internacional, permitiu um melhor tratamento dos países em situação de emergência e a construção de um sistema comercial e de pagamentos internacionais. A recuperação das capacidades de produção foi impulsionada pelo apoio à reconstrução encaminhado através de programas como o Plano Marshall, financiado pelo Estados Unidos da América e, em menor quantidade, pelo Canadá e a ajuda prestada pela Organização das Nações Unidas de Alívio e Reabilitação (UNRRA). A importância atribuída ao comércio como pilar do desenvolvimento económico nos pós-guerra é visível nas decisões tomadas na Conferência de Bretton Woods em 1944, que resultaram na criação do Sistema de Bretton Woods, com a fundação do Fundo Monetário Internacional e do Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) em 1945. Os Acordos de Bretton Woods visavam a criação de um sistema de pagamentos multilateral através de um regime de câmbios fixos, baseado na limitação da circulação de capital, e de um mecanismo de ajustamento para possíveis desequilíbrios na balança de pagamentos (Devine, 2007), que evitasse os problemas causados pela desregulamentação durante a década de 30, a qual permitiu a especulação financeira, promovendo a volatilidade das taxas de câmbio, o aumento das barreiras alfandegárias e do bilateralismo, que tinham limitado o comércio e o desenvolvimento mundial, aumentando simultaneamente as desigualdades e criando um contexto que contribuiu significativamente para os horrores da II Guerra (Bullough, 2018). O Sistema de Bretton Woods e, em particular, o FMI serão analisados com mais pormenor no capítulo seguinte deste trabalho. No entanto, é importante referir outras medidas de estímulo ao comércio de que são exemplo o estabelecimento do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio logo em 1947 e da União Europeia de Pagamentos em 1950. Embora, as barreiras ao comércio se tenham mantido, no geral, significativas, (apenas em 1964 nas negociações da Ronda Kennedy se reduziram significativamente as barreiras formais), houve um crescimento constante das trocas comerciais a partir da segunda metade da década de 40 até aos anos 70.

Conclusão: A análise realizada confirmou a validade da abordagem proposta. A aplicação da metodologia da causalidade processual qualitativa, através da narrativa anterior, permitiu-nos analisar ciclos de desequilíbrio e ajustamento da economia Portuguesa entre 1975 e 1985 como um processo único e evolutivo, em que o contexto interno, externo e o próprio FMI se influenciaram e adaptaram mutuamente. Esta opção, embora possa induzir uma ilusão de repetição, fruto da própria repetição dos ciclos que ocorreram, tornou possível não só identificar as relações de causalidade entre as três fases identificadas, como a causalidade dentro de cada uma delas. Concluímos que existiu uma relação de causalidade entre os três períodos identificados, sendo possível verificar uma relação causa efeito entre os desenvolvimentos e resultados obtidos no primeiro ciclo de ajustamento e os desenvolvimentos e resultados obtidos durante o ciclo de desequilíbrio, os quais levaram a um novo ciclo de ajustamento.

Referências bibliográficas

Devine, P. (2007). The 1970s and after: The political economy of inflation and the crisis of social democracy. In A. Buğra, & K. Ağartan, Reading Karl Polanyi for the TwentyFirst Century. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.

Bullough, O. (2018). Moneyland: Why Thieves And Crooks Now Rule The World And How To Take It Back. Profile Books Ltd.

FMI. (Dezembro de 1975). Portugal - Gold Tranche Purchase of Special Drawing Rights. Obtido em 01 de 05 de 2018, de archivescatalog.imf.org: archivescatalog.imf.org

FMI. (Setembro de 1985). The Chairman's Summing Up at the Conclusion of the 1985 Article IV Consultation with Portugal Executive Board Meeting 85/133. Obtido em 01 de 05 de 2018, de archivescatalog.imf.org: archivescatalog.imf.org

РОЗРОБКА І ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА НОВИЙ РИНОК

Суботіна Ю. О., здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

Северин Т. М., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 Маркетинг

Черкаський державний технологічний університет

За останні роки з розвитком ринкової економіки, набирає популярності один із керівних напрямків в економічній діяльності підприємства – маркетингова стратегічна діяльність. Практика українських підприємств демонструє, що на сучасному етапі глобальних змін маркетингова стратегія розглядається, як довготривалий напрям розвитку підприємства спрямований на досягнення поставлених цілей.

Для успішної ринкової діяльності підприємств необхідна розробка результативної маркетингової стратегії, яка дозволяє зміцнити ринкові позиції підприємства та відмежуватися від конкурентів, збільшити рівень продажів, дослідити доцільність та можливість виходу на нові ринки з метою розширення географічних меж продажів продукції.

Вагомий внесок щодо розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства внесли праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як Ф. Котлер [4], М. Портер [5], Л. Васильченко, І. Буднікевич, С. Ковальчук, О. Коломицева [3], І. Лилик та інші.

Розробка маркетингової стратегії дозволяє знайти свій унікальний шлях розвитку підприємству. Своєчасно обрана маркетингова стратегія забезпечує можливість вчасно реагувати на зміни ринку і відповідним чином адаптувати свою структуру і зміст свого портфеля продукції.

Стратегія – це програма, план, генеральний курс підприємства, що спрямовані на задоволення місії, яку визначило власники та менеджмент підприємства.

Формування стратегії є життєво необхідним кроком в діяльності підприємства, особливо в тих випадках, коли виникають раптові зміни зовнішнього середовища компанії, а саме збільшення конкуренції на ринку, насичення попиту, розвиток інноваційних технологій, зміна економічних умов.

Маркетингова стратегія – це керівництво до дії на ринку, що представляє собою генеральну програму з чітко сформульованими цілями, наміченими основними шляхами їх досягнення, передбаченими необхідними ресурсами [2].

Розробка стратегії підприємства здійснюється з урахуванням зіставлення таких умов діяльності: специфіки ринку; передбачуваного терміну діяльності підприємства; можливої глибини проникнення на ринок і відношення до конкурентної боротьби.

Етапи розробки стратегії представлені на рис. 1.

Характеризуючи кожен етап розробки стратегії проникнення на ринок слід визначити, що перш за все визначається місія підприємства як генеральна глобальна ціль (причину, мотив) створення та функціонування підприємства з точки зору його власників та менеджменту.

Після затвердження місії встановлюються цілі, що повинні бути чітко сформульовані та кількісно вимірювальні. Це – частка ринку, обсяг продажу за продуктами і послугами, рівень рентабельності, прибуток та інші.

При розробці стратегії важливо враховувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, які надають можливість чіткого розуміння наявності необхідних

ресурсів та можливостей реалізації стратегії згідно стратегічного клімату та умов на ринку куди прагне вийти підприємство.

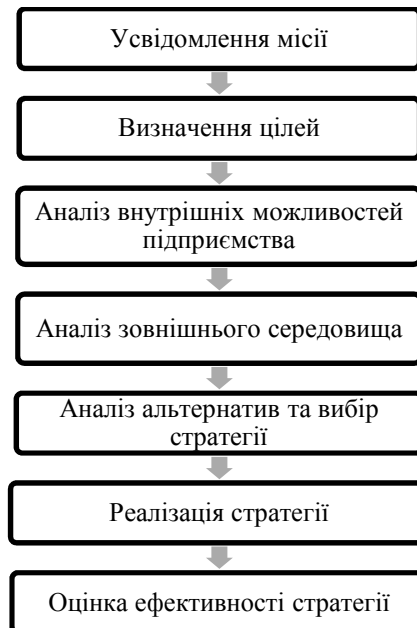


Рисунок 1 – Етапи розробки маркетингової стратегії

На основі результатів аналізу внутрішнього середовища підприємства визначається оцінка стратегічного потенціалу в межах цілей, яких прагне досягти підприємство. Завдяки SWOT – аналізу визначаються сильні та слабкі сторони підприємства, які обов'язково повинні бути враховані при розробці результативної стратегії, крім того слід вивчити сам ринок, споживчу поведінку і сильні сторони потенційних конкурентів підприємства [3].

Поставлені цілі розвитку підприємства можуть бути досягнуті різними способами. Для їх визначення та наступної оцінки ефективності розробляються стратегічні альтернативи, тобто різні варіанти подальшого розвитку. Їх відмінними ознаками є форми, методи, засоби, шляхи, час досягнення поставлених цілей, ступінь досягнення кожної з них, обсяг ресурсного потенціалу, що буде використовуватись, та інше [1].

Вибір стратегії розвитку підприємства здійснюється на основі оцінки ступеня значущості розглянутих параметрів та є лише загальною концепцією діяльності підприємства в перспективному періоді. Досягнення поставлених цілей забезпечується розробкою заходів, що спрямовані на реалізацію розробленої стратегії. Це розробка тактичних планів в яких встановлюється терміни досягнення певних цільових стратегічних показників, вдосконалення організаційної структури, формування політики підприємства.

В результаті запровадження обраної стратегії відбувається аналіз досягнення поставлених стратегічних цілей, контролюється стан внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Обрання результативної стратегії розвитку є невід'ємною умовою для успішного функціонування підприємств, що не лише прагнуть вийти на новий ринок, а й займають певний сегмент ринку.

Отже, стратегія є детальним всебічним комплексним планом, який враховує всі можливості підприємства, забезпечує стійке існування на ринку та визначає якісний склад комплексу маркетингу, що дає можливість мати чітко сформовану програму створення і виведення на ринок нового товару, організувати рекламну компанію та здійснювати інші дії по просуванню товару на різні ринки збуту.

Список використаних джерел

1. Азоев Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика М. : Центр економіки і маркетингу, 2006. 208с.
2. Зовнішньоекономічний тлумачний словник / під ред. І. П. Фаминського. М. : ИПФР-М 2009.
3. Коломицева О. В., Горяна И. В., Васильченко Л. С. Формування маркетингової стратегії підприємства з урахуванням екологічних трендів. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* Черкаси : ЧДТУ, 2016. Вип. 42. Частина I, С. 34–40.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб. : Питер, 2000. 752 с.
5. Портер М. Конкуренція. К. : Вільямс, 2000. 495 с.

УДК 658.14

**ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Сірченко Р. М., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 051 Економіка
освітня програма «Економічна кібернетика»
Черкаський державний технологічний університет

Основне призначення економіки – забезпечення суспільства предметами споживання та послугами, які створюють умови для життя та безпеки людини, родини, суспільства, країни. А питання розвитку галузей харчової мають першочергове соціально-економічне та політичне значення як у контексті окремих країн, так і глобалізації світового ринку в цілому [1, с. 93]. У зв'язку з цим виникає необхідність розглядати, досліджувати та моделювати соціально-економічні системи, які відносяться до так званих складних систем, основним методом дослідження яких є метод моделювання. Практичними завданнями економіко-математичного моделювання є:

- 1) аналіз економічних об'єктів і процесів;
- 2) економічне прогнозування, передбачення розвитку економічних процесів;
- 3) вироблення управлінських рішень на всіх рівнях господарської ієрархії управління.

Розвиток таких складових економіко-математичних методів як математичне програмування, теорія масового обслуговування, теорія управління ресурсами, сприяв тому, що математичні методи стали важливим інструментом теоретико-економічних досліджень, необхідним елементом прикладного економічного аналізу та управління. Виникла потреба в систематизованому вивченні ряду розділів прикладної математики студентами математичних, економічних та управлінських спеціальностей з метою подальшого використання отриманих знань в практичній діяльності та наукових дослідженнях.

Економічні системи, що вивчаються сучасною наукою, з великими труднощами піддаються дослідженню звичайними (вербальними) теоретичними методами. Прямий експеримент над ними неможливий. Ціна помилок і прорахунків велика, тому математичне (економіко-математичне) моделювання є необхідною складовою науково-технічного прогресу [1, с. 23].

Основними перевагами методу моделювання є:

- дослідження моделі представляє більш простий процес, ніж дослідження об'єкта;
- моделювання дозволяє виділити найбільш істотні чинники, які властиві об'єкту, що досліджується, оскільки модель відтворює лише деякі найважливіші в даному дослідженні сторони початкового об'єкта;

– з'являється можливість вивчення поведінки в заданих умовах складних систем, експеримент над якими в реальній обстановці виявився б надмірно дорогим або просто неможливим.

Підприємство розглядається як складна кібернетична система, що складається з окремих підсистем. Моделі підприємств харчової промисловості враховують господарську діяльність трьох видів: заготівлю сільськогосподарської сировини, її промислово переробку та розподіл готової продукції.

Основними завданнями економіко-математичного моделювання на підприємствах харчової промисловості є:

- проведення багатоваріантних розрахунків та оптимізація рішень для найкращого використання трудових та матеріальних ресурсів;
- накопичення та аналіз комплексної інформації про закупівлю, виробництво та збут для виявлення тенденцій розвитку;
- упорядкування руху документованої та недокументованої інформації, підвищення її достовірності;
- розробка проектів оптимальних планів розвитку окремих підприємств та галузі в цілому;
- здійснення необхідного коригування закупівлі сільськогосподарської сировини;
- вироблення оптимальних рішень по управлінню виробництвом та збутом;
- координація дій підприємств-учасників ланцюгів поставок.

При розробці та застосуванні моделей на підприємствах харчової промисловості слід враховувати наступні особливості галузі:

- сезонність заготівлі деяких видів сировини;
- синхронізація та кризне управління матеріальними потоками сировини, комплектуючих та готової продукції;
- партійний облік термінів придатності;
- постійний та повсюдний контроль якості.

Кожного разу при ухваленні рішення про заміну реального об'єкта його моделлю потрібно бути упевненим в правомірності своїх дій, тобто чітко формулювати обґрунтування адекватності моделі й, реального об'єкта, а також причини, на підставі яких можливість перенесення отриманих у дослідженні результатів з моделі на об'єкт виявляється закономірною [3, с. 54].

Можна виділити чотири основні аспекти застосування математичних методів і моделей у розв'язанні економічних задач:

- Удосконалення системи економічної інформації. Математичні методи й моделі дають змогу упорядковувати економічну інформацію, виявляти недоліки в наявній інформації та підготувати нову інформацію чи її коригування.
- Розроблення і застосування економіко-математичних моделей вказують шляхи вдосконалення системи економічної інформації, орієнтованої на розв'язання певних завдань, планування та управління.
- Інтенсифікація і підвищення точності економічних розрахунків. Формалізація економічних задач і застосування комп'ютерів значно прискорюють типові, масові розрахунки, підвищують точність і скорочують трудомісткість, дають змогу проводити багатоваріантні економічні дослідження та обґрунтування складних заходів.
- Поглиблення кількісного аналізу економічних проблем. Завдяки застосуванню економіко-математичного моделювання створюються нові можливості економічного аналізу, вивчення чинників, які впливають на економічні процеси, кількісного оцінювання наслідків змін умов розвитку економічних об'єктів тощо.

– Розв’язання принципово нових економічних задач. За допомогою математичного моделювання вдається розв’язувати економічні задачі, які в інший спосіб розв’язати практично неможливо.

Отже, процес моделювання економічних явищ та процесів представляє собою формалізацію складних економічних відносин, що дозволяє виявити особливості функціонування економічного об’єкту і на цій основі прогнозувати поведінку при зміні будь-яких його параметрів, а також оптимізувати кінцевий результат. Для будь-якого економічного об’єкта можливість прогнозування та оптимізації означає, перш за все, отримання кращих результатів або уникнення втрат. При цьому головною вимогою до моделей є вимога адекватності модельованого процесу, тобто відповідності реальній дійсності.

Список використаних джерел

1. Гордієнко М. І., Якимчук Ю. М. Сільське господарство України: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. «Економічні науки»*. Херсон, 2014. Вип. 9. С. 90–94.
2. Клименко Н. А. Оптимізаційні методи та моделі. К., 2014. 373 с.
3. Погорелов Ю. С. Моделювання розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 10 (100). С. 51–59.

УДК 331

СИСТЕМА АТЕСТАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКА

Слинько М. Ю., викладач кафедри економіки та управління
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 051 Економіка

Черкаський державний технологічний університет

Мартінович П. Г., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії
спеціальність 051 Економіка

Черкаський державний технологічний університет

У сучасному світі та саме в Україні все більше привертає увагу науковців та практиків тема необхідності ефективного управління підприємством. Підприємства великі та маленькі, незалежно від форми власності чи галузі діяльності мають на меті формування, зміцнення та підвищення своїх конкурентних переваг і досить важливо, щоб це відбувалося найефективнішим, вигідним для саме підприємства способом.

Аналіз такого інструменту управління персоналом як атестація співробітників організації, в даний час досить актуальна тема. Система атестації передбачає комплексний розвиток кадрового потенціалу працівників на основі запропонованої моделі атестації.

Атестація персоналу як метод оцінки персоналу ефективний при системній роботі з ним, спрямований на підвищення ефективності роботи персоналу і, як наслідок, на підвищення конкурентоздатності роботи організації в цілому. Погодимось з думкою багатьох практиків, що атестація – це не просто інструмент, що полягає в оцінці персоналу з позиції відповідності – невідповідності посади, а інтегральний показник управління стратегією розвитку персоналу і всієї організації [1].

В даний час, в системі оцінки персоналу перш за все враховують функціональні обов’язки, види перепідготовки персоналу, стаж роботи. На підставі цих категорій найчастіше розробляють критерії, у відповідно до яких буде проводиться оцінка конкретного працівника. Численні дослідження пропонують використовувати такі критерії:

- 1) найбільш значимий критерій - якість роботи;
- 2) кількість виконаної роботи за одиницю часу.

Це найбільш поширені і видимі критерії оцінки. Варто звернути увагу на такий критерій як оцінка особистісних характеристик персоналу, які часто носять суб'єктивний характер. Систематизувати всі три групи критеріїв необхідно для досягнення найбільшої результативності роботи працівника.

Розглядаючи атестацію з широкою точки зору можна побачити, що це не тільки відповідність займаній посаді, а й оцінка, яка виявляє потенціал працівника. Потім ця оцінка дозволяє використовувати здібності співробітника на інших посадах, а може бути навіть і в інших професіях. Якщо атестація проводиться з цією метою, то можна сформувати резерв для управління, запланувати кар'єру працівника, а також приймати і інші управлінські рішення.

Розглянемо переваги і недоліки атестації, яку проводять різні категорії співробітників.

Так, якщо атестацію проводить керівник, що перевагами є те, що він краще знає роботу, може оцінювати співробітника протягом всього періоду і атестація буде логічною точкою такої оцінки. Також це досить дешевий спосіб атестації. До недоліків можна віднести те, що під час атестації є високий ступінь суб'єктивізму, а також те, що в першу чергу будуть враховуватися інтереси свого підрозділу, а не всієї організації в цілому.

У системі атестації слід виділити такі позиції як управлінські компетенції, вміння брати на себе відповідальність і приймати оптимальні рішення. З цього випливає, що процес атестації представлятиме комплексну інформаційну систему, яка існує за рахунок постійного обміну з навколишнім середовищем досвідом, інформацією і т. д [2].

Створення адекватної сучасним умовам системи атестації працівників - багатоступінчастий процес, при якому задіяні всі підрозділи і персонал організації. Цей процес повинен бути структурований, ретельно спланований і організований.

Створення оптимальної системи атестації персоналу повинна представляти модель, що складається з наступних ланок:

- розробка системи;
- введення в дію;
- дослідна експлуатація;
- коригування окремих елементів;
- реінжиніринг.

Дана модель атестації допоможе адаптувати такі методи оцінки, як:

- оцінка ефективності роботи співробітника;
- індивідуальне та групове психологічне і ергономічне тестування [2].

Спираючись на вищезазначене, якісно розроблена і чітко організована атестація персоналу дозволить виявити потенціал кожного працівника і скорегувати план напрямки його подальшого професійного розвитку. Таким чином, проаналізувавши процес проведення атестації, можна зробити висновок про те, що в даний час атестація це не просто інструмент оцінки персоналу, а комплексна система, за допомогою якої досягаються стратегічні цілі і завдання кадрової політики організації.

Список використаних джерел

1. Борщева А. В., Ільченко С. В. Фактори конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес і дизайн ревью*. 2018. № 1 (9). С. 6.
2. Удалов Ф. Е., Петрова Н. І. До питання про кадри як невід'ємне елементі системи управління організацією. *Вісник Хмельницького державного університету. Серія Економіка*. Т. 40. №8 (299). 2013. С. 136–139.
3. Лєєвік Г. Є. Атестація персоналу за міжнародними стандартами якості. М. : БПЛ, 2007. С. 424.

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

Слинько М. Ю., викладач кафедри економіки та управління
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 051 Економіка
Черкаський державний технологічний університет

Важливу роль у досягненні сталого розвитку відіграє інтенсивне і збалансоване використання його потенціалу як основа, на якій будуються і реалізуються його зовнішні і внутрішні відтворювальні процеси.

На даний час проблематиці сталого розвитку, як предмету дослідження теоретичного і прикладного характеру, приділяється пильна увага багатьох вчених. Наукові роботи вітчизняних і зарубіжних авторів присвячені розробці теоретичних і методологічних основ концепції сталого розвитку в різних її аспектах – політичних, екологічних, організаційних, фінансових, економічних.

Управління сталим розвитком підприємства в сучасних умовах є надзвичайно актуальним напрямом наукового пошуку у академічних колах та набуває особливого значення для представників бізнес-середовища. Як об'єкт наукового дослідження, проблемне поле управління сталим розвитком підприємства привертає увагу, перш за все, в силу своєї трансдисциплінарної природи.

Стійкість системи – це необхідна, але недостатня умова її ефективної роботи. Система повинна характеризуватися певною якістю, а якість управління є властивістю, яка визначається: – характеристиками руху системи до заданого цільового стану; – рівнем досягнення заданого стану (параметрів економічного розвитку) відповідно до встановлених цільових функцій.

У процесі формування системи управління сталим економічним розвитком підприємства готельно-ресторанного господарства складається з таких елементів:

- визначення цілей та формулювання завдань сталого економічного розвитку підприємства;
- визначення сукупності елементів виробничо-комерційної діяльності та факторів, що впливають на її ефективність;
- визначення методів оцінки економічної стійкості підприємства, використовуваних критеріїв і структури їх взаємодії;
- формування цільових напрямків економічного розвитку підприємства і порядку взаємодії впливаючих та результуючих показників взаємозв'язаних процесів;
- формування методології управління сталим розвитком підприємства на основі сукупності методів аналізу, оцінки, прогнозування, моніторингу і контролю.

Список використаних джерел

1. Система управління сталим розвитком. URL: <https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/66008/ssoar-ejmi201912judinapdf.jsessionid=8BA211B86CB13FE933E23B3D39896E8E?sequence=1>.
2. Управління сталим розвитком сучасного підприємства. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/50-251-1-PB.pdf>.
3. Особливості управління сталим розвитком сільськогосподарських підприємств у глобальному середовищі. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2944>.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КОНЦЕПТ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Солоха Д. В., д.е.н, проф., декан факультету економіки

Донецький державний університет управління

Белякова О. В., к.е.н, доц., доцент кафедри

менеджменту та підприємництва на морському транспорті

Азовський морський інститут Національного університету

«Одеська морська академія»

Розвиток економічних систем в умовах поглиблення інтеграційних процесів стане ефективним лише за умов забезпечення сталого інноваційного вектору такого розвитку в довгостроковій пролонгованій перспективі виключно на інвестиційних засадах, тобто реалізуючи інвестиційний концепт.

Стосовно інноваційної спрямованості економічного розвитку, то він має містити такий механізм впливу на інноваційну діяльність суб'єктів, який відповідатиме передусім їхнім власним економічним інтересам.

На наш погляд, ідея про необхідність розробки інтегрованого інноваційного механізму за умов реалізації інвестиційного концепту є плідною, і дослідження в цьому напрямку пов'язані перед усім з визначенням таких складових економічного розвитку, що безпосередньо впливають на інноваційну активність суб'єктів, як-то: податковий режим, інвестиційно-кредитний режим, режим захисту інтелектуальної власності, режим державного фінансування, інформаційний режим, тощо.

В інвестиційному концепті особлива увага приділяється переліку пільг, що надаються інноваційно-активним суб'єктам, серед яких особливої уваги заслуговують іноземні інвестори. З цього приводу слід зазначити, що податковий та інвестиційний режими різних країн надають певну сукупність пільг іноземним інвесторам.

В інвестиційному концепті сталого інноваційного розвитку значна увага також приділяється правовим важелям регулювання інвестицій. На наш погляд, доцільним є використання досвіду Німеччини щодо здійснення фінансової допомоги інноваційно-активним малим і середнім підприємствам за такими напрямками: надання позичок на розширення і реконструкцію виробництва, експлуатацію електронно-обчислювальної техніки та професійне навчання і перекваліфікацію персоналу через приватні банки у вигляді цільового фінансування; фінансування участі в капіталі великих підприємств; довгострокового інвестування проведення енергозберігаючих заходів і впровадження передової технології, охорони навколишнього середовища; субсидування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; реалізації спеціальних програм податкового кредитування за допомогою встановлення диференційованих податкових ставок, що збільшить власні кошти підприємства; поручительства перед кредитними товариствами (держава гарантує кредитним установам повернення 80 % наданої позички малим фірмам) тощо [1].

Для України також цікавим є досвід Франції щодо надання позичок з пільговими відсотками на термін близько 20 років для підприємств, працюючих у низькорозвинених регіонах. Уряд Франції бере на себе значну частину виплат за відсотки, полегшуючи тим самим для підприємств умови одержання банківських позичок. Виступаючи поручителем підприємств перед кредитними установами, держава ініціює створення товариств взаємного

поруцительства, діяльність яких координується через підконтрольний їй спеціалізований фінансовий центр SOFARIS. У Польщі надання мікrokредитів розглядається як процес додаткового фінансування інноваційного проекту за стадіями реалізації тощо. Така схема забезпечення повернення позикових коштів може сприяти зміцненню взаємної відповідальності підприємців – учасників спільного інноваційного проекту.

Поєднання позитивного досвіду багатьох країн з вирішення питання розробки схем фінансування інноваційної діяльності малих і середніх підприємств дозволить удосконалити наявні вітчизняні моделі інвестування різних етапів сталого інноваційного розвитку.

На наш погляд, венчурне фінансування має стати не лише рішучим фактором прискорення інноваційної активності підприємств, але й передумовою розвитку інноваційних процесів на мезорівні національної економічної системи, що пов'язане з поєднанням цілей інвесторів ризикових інноваційних проектів, які здійснюються в межах підприємств.

Узагальнюючи вищесказане, слід зауважити, що вдосконалення схем фінансування інноваційного процесу розвитку може бути здійснено завдяки використанню переваг сформованої моделі податкового режиму в країні. Саме податковий режим надає систему пільг, що на практиці заохочують фірми активізувати свою інноваційну діяльність.

Перехреснюючись з перевагами інвестиційного режиму, податковий режим стає важелем управління темпами інноваційного розвитку суб'єктів. Зазначені режими мають працювати синхронно, тобто, розроблені заходи податкового, кредитного та інвестиційного режимів мають сприяти досягненню спільної цілі – розвитку інноваційного потенціалу економічних суб'єктів, активізації їх інноваційної діяльності, підвищенню конкурентоспроможності інноваційної продукції на національному та міжнародному ринках, прискореному входженню в світовий інноваційно-інформаційний простір. З точки зору останньої задачі формування інноваційно-інформаційного режиму набуває підвищено значущості [2].

На наш погляд, критерієм ефективності системи державного протекціонізму сталого інноваційного розвитку в рамках інвестиційного концепту має стати реальне, а не деклароване стимулювання інноваційної діяльності. Перш за все інноваційне стимулювання має базуватися на збігу інтересів і цілей систем вищого і нижчого рівнів. Тобто, має бути усунена розбіжність цілеспрямованості стимулів, що пропонуються вищою системою і мотивів, що притаманні системі нижчого рівня.

На практиці це означатиме, що до розробки стимулів впливу мають бути визначені та структуровані мотиви підлеглих суб'єктів (робітників, підприємств, регіонів) з метою заохочення або гальмування певної моделі їх поведінки [1]. Вирішення актуальних проблем стимулювання інноваційної діяльності національних фірм, формування нових механізмів їх співробітництва в інноваційній сфері за участю держави можливе саме шляхом удосконалення певних режимів (суто інституціонального адміністративно-правового; податкового; фінансово-інвестиційного; патентно-ліцензійного тощо).

На нашу думку, мотиваційні преференції суб'єктів складатимуться під впливом зовнішніх стимулюючих факторів різного ступеню впливу (базового – швидше за інші усвідомлюються суб'єктами як спонукальні мотиви діяльності одержання додаткових пільг, податкових канікул, кредитування на пільгових умовах, страхування ризиків шляхом залучення державних коштів, пряме державне інвестування; другого – усвідомлюються як сприятливий фон інноваційної діяльності: розвиненість інноваційної інфраструктури, інформаційне забезпечення, створення правових засад роботи бізнесу в інноваційній сфері, розвиток системи патентування, лізингу, оренди тощо).

На наш погляд, має бути досягнута системна єдність цілей податкових заходів, що плануються, в межах інноваційної моделі господарського режиму. Дійсно інноваційна спрямованість податкового режиму означатиме, що відбулося перетинання цілей інноваційного розвитку різних економічних систем, при цьому державні органи управління, які є розробниками даного режиму, проінформовані щодо реальних цілей мікро-, мезо- та макроекономічних суб'єктів національної економіки.

Список використаних джерел

1. Матросова Л. М., Овечкіна О. А., Іванова К. В., Солоха Д. В. Управління розвитком інноваційного потенціалу регіонів в перехідній економіці України: монографія. Донецьк: Донбас, 2009. 496 с.
2. Концепти інноваційного розвитку підприємництва : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Храпкіної В.В.; Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ: Інтерсервіс, 2018. 263 с.

УДК 342.9

ГРОМАДСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ ЯК СУБ'ЄКТИ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРАВА

Тептюк Л. М., к.і.н., доцент кафедри історії та права
Черкаського державного технологічного університету

Право громадян на свободу об'єднання є невід'ємним правом людини, яке закріплене в Загальній декларації прав людини і гарантується відповідно Конституцією та законодавством України. На державу покладається обов'язок сприяти розвитку політичної та громадської активності, творчої ініціативи громадян і створювати рівні умови для діяльності їх об'єднань.

У нашій державі правовою підставою громадян на об'єднання є ст. 36 Конституції України [1], яка закріплює основні засади створення політичних партій і громадських організацій в Україні. До системи законодавства України, що регулює діяльність об'єднань громадян необхідно віднести Закон України «Про громадські об'єднання» [2], Закон України «Про політичні партії в Україні» [3], Закон України «Про молодіжні та дитячі громадські організації» [4], Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності» [5] та ряд інших законодавчих актів.

Громадське об'єднання – це добровільне об'єднання фізичних осіб та/або юридичних осіб приватного права для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних, та інших інтересів.

Добровільність формування є однією з найважливіших ознак громадського об'єднання. Соціальна цінність цієї ознаки полягає в тому, що вона надає право самим громадянам створювати за власним вибором і уподобанням громадські об'єднання без попереднього дозволу органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також мати можливість вступати в такі громадські об'єднання за умов дотримання норм їх статутів.

Відповідно до чинного законодавства громадським об'єднанням не можуть бути:

- 1) політичні партії;
- 2) релігійні організації;
- 3) непідприємницькі товариства, що утворюються актами органів державної влади, інших державних органів, органів влади Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування;
- 4) асоціації органів місцевого самоврядування та їх добровільних об'єднань;
- 5) саморегулювні організації, організації, які здійснюють професійне самоврядування;

б) непідприємницькі товариства (які не є громадськими об'єднаннями), утворених на підставі інших законів.

Під громадською організацією необхідно розуміти добровільне об'єднання громадян, метою створення якого є задоволення та захист своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших передбачених статутом спільних інтересів. Громадські об'єднання, що створюються громадянами, мають бути у встановленому порядку зареєстровані, тобто повинні набути прав юридичної особи. Офіційне визнання (легалізація) об'єднань громадян є обов'язковою умовою їх діяльності і здійснюється шляхом реєстрації або повідомлення про заснування. В разі недотримання цієї умови діяльність об'єднань громадян визнається протизаконною з відповідними для них наслідками.

Засновниками громадської організації можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах, які досягли 18 років, а молодіжної та дитячої громадської організації – 14 років.

Засновниками громадської спілки можуть бути юридичні особи приватного права, у тому числі громадські об'єднання зі статусом юридичної особи. Засновниками громадської спілки не можуть бути політичні партії, а також юридичні особи, щодо яких прийнято рішення щодо їх припинення або які перебувають у процесі припинення.

Кількість засновників громадського об'єднання не може бути меншою, ніж дві особи.

Засновниками громадської спілки не можуть бути юридичні особи приватного права, єдиним засновником яких є одна і та сама особа.

Засновником громадської спілки не може бути юридична особа приватного права, якщо засновник (власник істотної участі) цієї юридичної особи внесений до переліку осіб, пов'язаних зі здійсненням терористичної діяльності, або щодо яких застосовано міжнародні санкції.

Засновником громадської організації не може бути особа, яку визнано судом недієздатною.

Повноваження засновника громадського об'єднання закінчуються після державної реєстрації громадського об'єднання в установленому законом порядку.

Законодавець встановлює певні обмеження щодо можливості офіційного визнання новостворених об'єднань громадян, а також стосовно тих, що вже діють. Так, не підлягають легалізації, а діяльність легалізованих об'єднань громадян забороняється у судовому порядку, коли їх діяльність спрямована на ліквідацію незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підрив її безпеки, незаконне захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення, пропаганду комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів та їхньої символіки, забороняються.

Утворення громадського об'єднання здійснюється на установчих зборах його засновників та оформлюється протоколом. Найменування громадського об'єднання визначається рішенням установчих зборів під час його утворення. Громадське об'єднання повинно мати Статут.

Громадське об'єднання із статусом юридичної особи може мати власну символіку (емблему, прапор), яка підлягає реєстрації відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань»[6].

Припинення діяльності громадського об'єднання здійснюється:

1) за рішенням громадського об'єднання, прийнятим вищим органом управління громадського об'єднання, у визначеному статутом порядку, шляхом саморозпуску або реорганізації;

2) за рішенням суду про заборону (примусовий розпуск) громадського об'єднання.

Список використаних джерел

1. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1996. № 30, ст. 141. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>
2. Закон України «Про громадські об'єднання». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2013. № 1, ст. 1. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>.
3. Закон України «Про політичні партії в Україні». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2001. № 23, ст. 118. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14#Text>.
4. Закон України «Про молодіжні та дитячі громадські організації». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1999. № 1, ст.2. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-14#Text>
5. Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності». *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2013. № 22. ст. 216. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17#Text>
6. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2003. №31–32, с. 263. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>

УДК 336.7

GESTÃO FINANCEIRA DO SEGMENTO BANCOS COMO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO
ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ БАНКІВСЬКОГО СЕГМЕНТУ
ЯК ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Fernandes H., Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais

Definição do problema: A matrimonial das organizações, está sendo comum o uso de indicadores contábeis pelas empresas e por diversos usuários, tornando-se possível diagnosticar problemas futuros e/ ou realização de projeções. Um dos assuntos mais preocupantes para a administração das organizações é a questão da liquidez, a qual está associada ao risco e à rentabilidade do negócio, e um dos temas associados à análise da liquidez é o capital de giro, sendo que uma gestão inadequada dele pode conduzir a empresa ao estágio de insolvência. O capital de giro é um conceito económico-financeiro e não uma definição legal, constituindo uma fonte de fundos permanente utilizada para financiar a Necessidade de Capital Giro, e em termos numéricos corresponde ao Capital Circulante Líquido (CCL) (FONSECA et al., 2001).

O objetivo do estudo: Este artigo tem como objetivo verificar a correlação entre o comportamento das ações no mercado acionário de Instituições Financeiras do segmento Bancos e uma técnica de gestão financeira que melhor se aplica ao processo de tomada de decisão em curto prazo das Instituições Financeiras listadas no segmento Bancos da BOVESPA. Assim, o Modelo Dinâmico proporcionou maior fonte de dados para a tomada de decisão, devido a uma maior capacidade de predição para o processo de tomada de decisão nas empresas. Verificou-se uma relação de confiança e segurança através da análise dinâmica das variáveis Capital de Giro (CDG), Necessidade de Capital de Giro (NCG) e Índice de Liquidez Dinâmico (ILD). A estrutura financeira das empresas do setor bancos revelou-se como uma posição financeira segura e fidedigna, corroborando uma estrutura no mercado acionário com sustentabilidade para seus investidores. Verificou-se uma forte correlação entre a precificação das ações e o Modelo Dinâmico. A pesquisa aponta que no período de 2006 a 2008 a aplicação do Modelo Dinâmico

demonstrou uma situação satisfatória para o processo de tomada de decisão por meio das análises dos indicadores ILD, CDG e NCD em comparação com o comportamento das ações do segmento bancos listados na BOVESPA.

Declaração do material: origem e sendo desenvolvido dentro do sistema bancário, que até hoje é um dos seus principais usuários. Neste período, banqueiros americanos passaram a solicitar às empresas tomadoras de empréstimos seus balanços. Esta evolução teve como marco o ano de 1895, quando o Conselho Executivo da Associação dos Bancos no Estado de Nova York passou a recomendar a seus associados que solicitassem declarações escritas e assinadas da situação patrimonial aos seus tomadores de empréstimos. Em 1915 o Banco Central dos Estados Unidos (*Federal Reserve Board*) determinou que só poderiam ser redescontados os títulos negociados por empresas que tivessem apresentado seu balanço ao banco (MATARAZZO, 1998). Destaca-se que as demonstrações financeiras contêm importantes informações sobre os resultados operacionais e a posição financeira de uma empresa. Tendo em vista que essas demonstrações são amplamente padronizadas, os dados que elas contêm podem ser usados para fazer comparações entre empresas e através do tempo (GITMAN, 2001). Essas comparações são feitas através da análise de índices, denominada análise de gestão financeira tradicional, que é muito utilizada como base para tomada de decisões de investimento ou concessão de financiamento (KASSAI, 2002). A análise por meio de índices econômico-financeiros resume-se em relacionar contas e grupos de contas das demonstrações contábeis na forma de índices com o intuito de medir a posição econômica financeira e os níveis de desempenho da organização. Segundo, o balanço representa a base da análise que tem como finalidade conhecer a capacidade de crédito e de solvência, tendências de expansão de um negócio e rentabilidade da empresa. A determinação da finalidade é a primeira tarefa na análise, definindo se o objeto de investigação é o sistema financeiro, o econômico, o patrimonial, a capacidade administrativa ou outros. Esta análise apontará quocientes que indicam a liquidez, a rentabilidade, a participação de capitais e outros. Geralmente, os índices econômico-financeiros mais utilizados e difundidos na literatura estão classificados em quatro grupos: índices de liquidez, índices de endividamento, índices de rentabilidade e índices de atividade. Para o presente estudo, focou-se nos índices de liquidez tradicional. A liquidez de uma empresa é mensurada por sua capacidade de atender a suas obrigações em curto prazo, no vencimento. A liquidez diz respeito à solvência da situação financeira global da empresa – a facilidade com que ela pode pagar suas contas (GITMAN, 2001). Ressalte-se que a avaliação da disponibilidade de ativos líquidos da empresa é realizada, de acordo com o modelo tradicional, através do cálculo dos chamados índices de liquidez e do valor do capital circulante líquido, obtidos a partir das informações contidas nas demonstrações financeiras, e tem por objetivo verificar a capacidade da empresa de pagar os compromissos financeiros assumidos. Como regra geral para a interpretação dos resultados, quando tomados isoladamente pela ótica da liquidez, quanto maior for o valor de um indicador, maior tende a ser a liquidez da empresa (VIEIRA, 2008, p. 23). Salienta-se que, para avaliarem a empresa em seus diferentes aspectos, os analistas podem utilizar modelos de avaliação mais dinâmicos e analíticos, além das técnicas tradicionais de análise econômico-financeira, tal como o modelo dinâmico do capital de giro, o qual é explanado na sequência.

Em relação à avaliação quantitativa, esta compreende organizar, sumarizar, caracterizar e interpretar os dados numéricos coletados. O tratamento desses dados é desenvolvido por meio de ferramentas estatísticas. Neste estudo, calcularam-se os índices de liquidez do modelo tradicional de análise de gestão financeira e as variáveis do modelo dinâmico de análise de gestão financeira, e foi feita a comparação destes índices e variáveis em relação à variação nos preços das ações das empresas analisadas neste período. A justificativa para esta classificação consubstancia-se no fato de o estudo descrever a importância da análise de gestão financeira para a tomada de decisão

através da análise quantitativa de índices e variáveis que demonstram capacidade financeira de curto prazo das empresas, por meio das informações divulgadas nas demonstrações financeiras das empresas listadas nas Instituições Financeiras no segmento Bancos da BOVESPA, referentes aos anos 2006, 2007 e 2008. Na primeira etapa, realizou-se uma revisão da literatura sobre estudos de análise de gestão financeira e indicadores com ela relacionados. Desse modo, o foco da revisão bibliográfica centrou-se na compreensão dos indicadores que estão relacionados com a análise de gestão financeira das empresas e consequentemente com a importância da análise de modelos tradicionais e dinâmicos.

Os bancos têm como matéria-prima para a utilização nas suas atividades operacionais os recursos financeiros; portanto, quanto maior aplicação desses recursos, melhor gestão financeira por parte das empresas, motivo pelo qual se justifica a escassez de recursos financeiros a curtíssimo prazo e uma melhora financeira a curto prazo, variando do interstício de 0,2129 para 1,9178, conforme apresentado. Ressalte-se que, ao analisar-se o período de 2006 a 2008, verifica-se uma condição financeira favorável em todos os níveis de cálculo, adequando-se ao final da crise financeira mundial que atingiu as empresas, principalmente as do setor Bancos, em função da retenção de recursos financeiros.

Conclusão: A relação risco/retorno associada aos negócios tem sido um fator preocupante para os administradores de empresas. Com este intuito, a análise de gestão financeira vem sendo usada com grande frequência e aperfeiçoada para uma melhor tomada de decisões. Ressalta-se que a análise de índices das demonstrações financeiras da empresa é de interesse não apenas dos administradores, mas também dos acionistas e credores. Segundo, a alta administração está preocupada com todos os aspectos da situação financeira da empresa, e por isso tenta produzir índices financeiros que vão ser considerados favoráveis tanto para os proprietários quanto para os credores. Geralmente, os índices econômico-financeiros mais utilizados e difundidos na literatura estão classificados em quatro grupos: índices de liquidez, índices de endividamento, índices de rentabilidade e índices de atividade

Referências bibliográficas

FONSECA, F. V. M. ; AMARAL, H. F. ; PEREIRA FILHO, A. D. ; FRANÇA, R. C. Análise das Principais Empresas Seguradoras do Brasil segundo o Modelo dinâmico de Gestão Financeira. In: VII Congreso del Instituto Internacional de Costos y II Congreso de la Asociación Española de Contabilidad Directiva, 2001, León - España, Julho/2001. VII Congreso del Instituto Internacional de Costos y II Congreso de la Asociación Española de Contabilidad Directiva, 2001.

MATARAZZO, Danta C. Análise Financeira de Balanços. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1998.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira – essencial. Tradução Jorge Ritter. 2ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

KASSAI, Silvia. Utilização da Análise por Envoltória de Dados (DEA) na Análise de Demonstrações Contábeis. Tese Doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo: USP, 2002.

VIEIRA, Marcos Villela. Administração estratégica do capital de giro. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Хоменко Л. М., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Черкаський державний технологічний університет

На сьогодні електронна система охорони здоров'я змінює систему надання медичної допомоги в усьому світі і лежить в основі гнучких систем охорони здоров'я. Щоденна діяльність в галузі охорони здоров'я спирається на інформацію та комунікації і, у все більшій мірі, на технології, які роблять це можливим, на всіх рівнях і в кожній країні. Це в рівній мірі відноситься до надання допомоги, розміщення персоналу, управління програмами або проведення досліджень.

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) визначає електронну охорону здоров'я як використання інформаційних та комунікаційних технологій (ІКТ) для охорони здоров'я [1].

У більш широкому сенсі електронна охорона здоров'я спрямована на поліпшення потоку інформації за допомогою електронних засобів для підтримки надання медичних послуг та управління системами охорони здоров'я. ІКТ забезпечують значні переваги не тільки в досягненні цілей в галузі охорони здоров'я, а й в демонстрації того, що було досягнуто і якою ціною [2].

Аргументи на користь впровадження цих технологій очевидні вже більше десяти років. Однак у багатьох країнах потрібна була криза в секторі охорони здоров'я, щоб помістити електронну систему охорони здоров'я в центр стратегічного планування галузі [2].

На сьогодні усі країни стоять перед викликом раціонального використання фінансових ресурсів на охорону здоров'я, яке б забезпечило зменшення витрат при не зменшенні якості медичних послуг, що надаються. Зміна демографічної структури, швидка урбанізація, зниження рівня життя також обумовлюють значні зміни в системі охорони здоров'я. Тому уряди різних країн визнають, що впровадження ІКТ є пріоритетом для розвитку систем охорони здоров'я. Досвід країн-лідерів в цій сфері свідчить, що це вимагає стратегічних і комплексних дій на національному рівні, щоб найкращим чином використовувати існуючий потенціал, забезпечуючи міцну основу для інвестицій і інновацій. Визначення основних напрямків, а також планування необхідних кроків має вирішальне значення для досягнення довгострокових цілей, таких як загальний доступ до медичної допомоги, ефективність сектора охорони здоров'я, реформ або більш фундаментальні перетворення.

Центральне місце в цих зусиллях займає співпраця між секторами охорони здоров'я та ІКТ, як державними, так і приватними. Так, Міністерства охорони здоров'я відіграють ключову роль не тільки в задоволенні потреб людей у догляді і охороні громадського здоров'я, а й у збереженні систем охорони здоров'я в нестабільні часи. Міністерства інформаційних технологій і телекомунікацій мають важливе значення для розвитку в усіх сферах і можуть зробити життєво важливий внесок в сектор охорони здоров'я. Загальні цілі і передбачуване середовище ІКТ дозволяють здійснювати скоординовані дії: досягнення консенсусу щодо політики, сприяння більш ефективному використанню загальних ресурсів і залучення приватного сектора, а також інвестиції в навички і інфраструктуру ІКТ для поліпшення результатів у випадку охорони здоров'я [2].

Треба зазначити, що досягнення в сфері ІКТ приносять суттєві позитивні ефекти в сфері охорони здоров'я, як індивідуумам так і системі громадського здоров'я в цілому (табл. 1).

Таблиця 1 – Переваги запровадження електронної системи охорони здоров'я (e-Health) для окремих стейкхолдерів

Стейкхолдери	Вплив електронної системи охорони здоров'я
Громадяни	<p>Забезпечує індивідуальний догляд в рамках всієї системи охорони здоров'я і протягом всього життя</p> <p>Надає медичну допомогу вдома, на роботі або в школі, а не тільки в лікарні або клініці</p> <p>Зосереджений на профілактиці, навчанні та самоменеджменті</p> <p>Полегшує звернення до колег за порадою і підтримкою</p>
Дослідники та практики	<p>Надає доступ до поточних, спеціалізованих, акредитованих знань в області клінічної допомоги, досліджень і охорони громадського здоров'я; до досліджень, публікацій і баз даних</p> <p>Забезпечує спілкування між пацієнтами і постачальниками</p> <p>Забезпечує доступність високоякісного дистанційного навчання для базової і безперервної професійної освіти</p> <p>Дозволяє проводити віддалені консультації з пацієнтами, для отримання іншої думки, і з професійними співтовариствами</p>
Лікарні, академічні кола та система охорони здоров'я	<p>Лікарні перетворюються у віртуальну мережу постачальників послуг, що об'єднує всі рівні системи</p> <p>Стежить за якістю і безпекою; покращує процеси догляду і знижує ймовірність лікарських помилок</p> <p>Сприяє мобільності громадян і їхніх медичних карт, надаючи інформацію про пацієнтів, коли і де це необхідно</p> <p>Відкриває нові можливості в фундаментальних і прикладних дослідженнях; від знань про здоров'я до політики і дій</p> <p>Розширює можливості спільної роботи і спільних обчислень (наприклад, грид і хмарні обчислення)</p> <p>Надає послуги, незважаючи на відстань і тимчасові обмеження</p> <p>Стандартизує замовлення і доставку ліків та витратних матеріалів</p>
Бізнес, пов'язаний зі здоров'ям	<p>Надає медичний контент як товар для громадськості та медичних працівників</p> <p>Сприяє дослідженню і розробці нових продуктів і послуг: електронних медичних карт, інформаційних систем та клінічних реєстрів.</p> <p>Забезпечує широкий і рентабельний маркетинг товарів і послуг для здоров'я підприємствам і урядам як на місцевому, так і на міжнародному рівні.</p>
Уряд	<p>Надає більш надійну, оперативну та своєчасну звітність щодо системи громадського здоров'я, оскільки здоров'я стає все більш важливим елементом економіки, безпеки, іноземних справ та міжнародних відносин</p> <p>Створює сприятливі умови, а не технологічні обмеження</p> <p>Пропонує нові ролі для зацікавлених сторін, фахівців охорони здоров'я, органів влади, громадян та інших осіб</p> <p>Виявляє тенденції розвитку захворювань і факторів ризику, аналізує демографічні, соціальні та медичні дані, моделює хвороби в популяціях</p>

Джерело: [2]

Отже, у системах охорони здоров'я інформаційні та комунікаційні технології використовуються для підвищення своєчасності і точності звітності щодо ситуації з громадським здоров'ям, для полегшення моніторингу і епіднагляду за захворюваннями. Вони мають основоположне значення для дистанційного навчання і забезпечення швидкого реагування в надзвичайних ситуаціях. Крім того, стратегічне використання електронної системи охорони здоров'я може підтримувати загальносекторальні планування, а також координувати децентралізовані районні системи охорони здоров'я і покращувати можливості планування, складання бюджету та надання послуг.

Список використаних джерел

1. Building foundations for eHealth: progress of Member States: report of the WHO Global Observatory for eHealth. Geneva. World Health Organization, 2006. URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/43599> (дата звернення: 25.09.2020).
2. National eHealth strategy toolkit. World Health Organization and International Telecommunication Union, 2012. URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/75211/9789241548465_eng.pdf?sequence=1 (дата звернення: 01.10.2020).

УДК 321:342

ПУБЛІЧНА ВЛАДА ЯК СКЛАДОВА КОНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ

Худолей О. С., к.і.н., доцент кафедри історії та права
Черкаський державний технологічний університет

Конституція України визначає Україну як суверенну, незалежну, демократичну, соціальну, правову державу(ст. 1) [1]. Особливої уваги потребує публічна влада, оскільки саме вона пов'язується з розвитком громадянського суспільства, що є невід'ємною рисою будь-якої правової і демократичної держави.

У «Юридичній енциклопедії» публічна влада визначається як суспільно-політична влада, народовладдя, а основними її видами відповідно: влада народу як безпосереднє народовладдя, безпосередня демократія (вибори, референдуми тощо); державна влада (законодавча, виконавча, судова); місцеве самоврядування – місцева публічна влада, що здійснюється, зокрема, територіальними громадами, представницькими органами місцевого самоврядування (радами), виконавчими органами рад, сільськими, селищними і міськими головами тощо» [2].

На думку А. Селіванова термін «публічність» є юридичною ознакою присутності держави у суспільних відносинах, які врегульовані позитивним правом, коли громадянин, сприймаючи Конституцію як Основний Закон, погоджується із передаванням державі окремих природних суб'єктивних прав, які можуть відчужуватися» [3].

Система органів публічної влади є сукупністю органів влади народу, які мають різні форми здійснення цієї влади, зокрема це представницькі органи влади, що формуються виборами, а саме парламент, Президент, органи місцевого самоврядування [4].

Кожен орган публічної влади створено для реалізації заданих цілей і програм, які забезпечують захист прав, свобод і законних інтересів народу, безпеку держави і суспільства, вирішення питань соціально-економічного та культурного значення.

Публічна влада в системі вітчизняного конституціоналізму організована на принципах її децентралізації і деконцентрації, що виражається в певній самостійності центрів публічної влади на місцях, у місцевому самоврядуванні [4].

Організацію публічної влади в сучасній Україні з метою викладу концепту її обмеження (самообмеження) в контексті конституціоналізму можна представити в такому вигляді:

1. Державна влада в Україні здійснюється на засадах її поділу на законодавчу, виконавчу та судову. Органи законодавчої, виконавчої та судової влади здійснюють свої повноваження у встановлених цією Конституцією межах і відповідно до законів України відповідно (стаття 6 Конституції України) [1].

2. Місцева влада, що здійснюється через виділення державної (виконавчої) (ст. 118 Конституції України) і самоврядної, яка, в свою чергу, має два види (рівні) представницьку і виконавчу владу (ст. 140 Конституції України) [1].

Сутність, джерела, організація і форми здійснення державної і публічно-самоврядної влади, як самостійних видів публічної влади, мають основоположне значення для формування системи конституціоналізму, в якій публічна влада виступає як об'єкт обмеження (самообмеження). [4]

Державна влада походить безпосередньо від держави і реалізується тільки за її прямої чи непрямої участі, поширюється на всю територію держави, на всіх фізичних і юридичних осіб, що перебувають на ній, а також на громадян цієї держави, що знаходяться за межами її території.

Системний аналіз теоретичних напрацювань, досвід конституційно-правової практики дають змогу виділити такі основні характеристики державної влади безпосередньо як інституціональної складової сучасного українського конституціоналізму.

1. Державна влада належить народу, який є її «єдиним джерелом» (ст. 5 Конституції України).

2. Державна влада поширюється на всю територію держави, здійснюється від імені держави, реалізується за її прямою чи непрямою участю через систему органів державної влади та місцевого самоврядування (здійснення делегованих повноважень).

3. Державна влада суверенна при дотриманні принципу узгодження з суверенітетом народу та конституційно-правовою свободою людини.

4. Державна влада діє на користь всього суспільства та в інтересах людини при дотриманні принципу пріоритету прав людини перед іншими соціальними цінностями та інтересами.

5. Державна влада як явище єдина, тобто є «цілісним явищем» при організаційному її поділі на законодавчу, виконавчу та судову для досягнення єдиної мети – конституційно-правової свободи людини.

6. Державна влада інституціоналізована, вона реалізується спеціалізованим державним апаратом, діяльність якого спрямована, передусім, на забезпечення прав і свобод людини.

7. Державну владу «відрізняє монопольне право на законотворчість, правосуддя, державний примус» що реалізується на основі демократичних принципів та визнання людини, її життя і здоров'я, честі і гідності, недоторканності і безпеки найвищою соціальною цінністю.

8. Державна влада обмежена функціонуванням громадянського суспільства, наявність якого є, водночас, передумовою сучасного конституціоналізму та також обмежена іншими конституційними способами та механізмами. Таке обмеження ставить межі її поширення відповідно до сутності, мети та принципів сучасного конституціоналізму [4].

Державна влада в системі українського конституціоналізму повинна ґрунтуватися на принципі її поділу на законодавчу, виконавчу та судову. Основною метою принципу поділу державної влади в концепції конституціоналізму є її обмеження (самообмеження) на користь громадянського суспільства, прав та інтересів людини через запобігання і обмеження можливості прагнення тих або інших сил до безмежної, свавільної влади.

Список використаних джерел

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141.
URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>
2. Юридична енциклопедія : в 6 т. / редкол.: Ю. С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. К., 1998. Т. 5: П–С. 2003. 736 с.
3. Селіванов А. Публічна влада і громадянин в умовах застосування судової адміністративної юрисдикції (проблеми теорії і практики). *Право України*. 2006. № 9. С. 28 – 33.
4. Крусян А. Р. Сучасний український конституціоналізм : монографія. К. : Юрінком Інтер, 2010. 560 с.
5. Шаповал В. М. Поняття держави і суверенітету в конституційному праві. *Вісник Конституційного Суду України*. 2003. № 1. С. 71.
6. Шаповал В. М. Сучасний конституціоналізм. К. : Салком ; Юрінком Інтер, 2005. 560 с.

УДК 338.1:330.3

**ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ
ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ КРИЗОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Шаповал М. Ю., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник: к.е.н., доц. Скорик О.О.

Україна з початку незалежності не відрізнялась економічною стабільністю та наявністю сприятливого середовища для розвитку малого та середнього бізнесу. Підприємництво весь час функціонувало в кризових умовах, основними з яких були та залишаються недосконала податкова система, інфляція, коливання курсів валют, а також інші характерні особливості української економіки.

В 2020 році до всього вищеописаного додалась небачена досі проблема – пандемія коронавірусу, яка змусила тимчасово закрити всі кордони та обмежити внутрішні пересування. Було закрито на карантин заклади культури, ТРЦ, спортивні заклади, ресторани, кафе, кінотеатри, заклади харчування, заклади розваг та послуг. Протягом першого ж тижня карантину 29 % підприємств призупинило свою діяльність, а 6 % закрили бізнес повністю, також варто зазначити, що дохід малих та середніх підприємств знизився на 50–90 %. Відбулося також значне скорочення робочих місць на понад 25 %. Для уникнення схожих наслідків при можливому повторному посиленні карантину, необхідно розглянути можливі шляхи подолання кризи [1].

Найбільше постраждала сфера розваг та музична індустрія. Всі заходи було відмінено, а кошти, що вже витратили на організацію проектів втрачено. Проте завдяки використанню соціальних мереж та інших електронних ресурсів можна організувати онлайн концерти та виступи артистів. Основною платформою для проведення трансляцій став YouTube, адже завдяки функції монетизації можливе отримання прибутку. Також набуває популярності платформа Patreon, де всі бажаючі можуть надсилати донати за доступ до ексклюзивного контенту. На заході також набрали популярності концерти під час онлайн ігор (Fortnite, Minecraft), чисельність спостерігачів на деяких із них сягало мільйонів. Організація вертикальних концертів в Україні взагалі стало унікальним рішенням та дало змогу провести концерт наживо з дотриманням всіх карантинних

обмежень, тому у випадку повторення повного карантину, можливо використовувати ці методи для підтримки розважального бізнесу [2], [3].

Діяльність всіх непродовольчих магазинів також було зупинено, а попит на продукцію суттєво знизився, проте зниження попиту не означає повну його відсутність. Для того щоб задовольняти потреби населення найефективнішим методом є переведення всіх операцій в онлайн режим, а замість відвідання магазину надавати доставку. Для того, аби покупець скористався послугами магазину необхідно провести реконструкцію онлайн каталогу, якщо до цього він був не в найкращому стані. Частина персоналу з кас та торгових залів можна перепрофілювати в операторів та комплектувальників замовлень. Для забезпечення максимальної безпеки покупця, необхідно впроваджувати послугу доставки «без рук», та безготівкового розрахунку.

Схожі рішення зможуть допомогти і закладам харчування та кафе. В період локдауну особливого розквіту досягли служби швидкої доставки. Ціни на послуги знизились, а швидкість та якість доставки покращилась, тому укладання договорів з такими службами дозволить забезпечувати продукцією як постійних так і нових клієнтів. У діяльності закладів харчування значну роль може відіграти активність в соцмережах та проведення невеликих рекламних акцій, наприклад проведення прямих трансляцій в Instagram аби запевнити аудиторію в безпечності приготування та доставки своєї продукції. Деякі кав'ярні Черкас навіть додавали безкоштовні маски до будь-якого замовлення, або ж невеликий резервуар з антисептиком [4].

Отже, для того щоб витримати кризовий період пандемії, підприємство має впроваджувати інновації в свою діяльність. Основним принципом успіху є перехід в режим онлайн магазинів та соціальних мереж. Інтернет – єдина частина людського середовища, яка не постраждала від обмежень введених на карантин, тому логічним є поступове перенесення продажів в електронний режим, а оплату та доставку - в безконтактний. Сфера розваг також перейшла в онлайн-режим, тому варто використовувати доступні ресурси, для просування свого продукту чи послуги.

Коронавірус вніс свої корективи в розвиток підприємництва в кожній країні, і по тому, які підприємства зможуть вийти з карантину не втративши своїх клієнтів та прибутку, можна буде формувати картину лідерів, які задаватимуть тенденції до розвитку.

Список використаних джерел

1. В Україні на карантин закрилася третина підприємств, до 50% персоналу без роботи. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3000000-v-ukraini-na-karantin-zakrilasa-tretina-pidpriemstv-do-50-personalu-bez-roboti.html>
2. Мірошниченко Б. Без концертів и фестивалей: как музыкальная индустрия переживает карантин. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/10/1/665774/>
3. Королі кризи: як малому бізнесу пережити пандемічну ізоляцію URL: <https://buduysvoe.com/publications/koroli-kryzy-yak-malomu-biznesu-perezhyty-pandemichnu-izolyaciyu>
4. Редька Р. Як законно працювати в умовах карантину: актуальні зміни законодавства URL: https://biz.ligazakon.net/ua/analytics/194180_yak-zakonno-pratsyuvati-v-umovakh-karantinu-aktualn-zmni-zakonodavstva

«СУХИЙ ПОРТ» ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

Загородня Ю. В., к.е.н., доцент кафедри «Навігації та управління судном»

Азовський морський інститут Національного університету «Одеська морська академія»

Максимов С. Б., ст. викладач кафедри «Інженерних дисциплін»

Дунайський інститут Національного університету «Одеська морська академія»

Портова діяльність є стратегічним аспектом розвитку економіки регіонів і одним з ключових ланок функціонування транспортної системи країни. Світова тенденція розвитку морських портів вказує на постійне зростання щорічного приросту вантажообігу найбільших сучасних морських портів. Розробляються нові стратегії їх розвитку та можливостей для подальшого нарощування обсягів перевезень в умовах жорсткої конкуренції. Виникає проблема зовнішніх вантажо- і вагопотоків, через те, що вони виявляються практично вичерпаними. Основним обмеженням збільшення місткості морських портів є їх розташування в межах населених пунктів і, як наслідок, відсутність реальних перспектив розширення території портів. При здійсненні міжнародних вантажоперевезень одним з визначальних чинників є рівень розвитку транспортно-логістичної інфраструктури і основних інфраструктурних об'єктів, а саме морських портів. Аналіз показників розвитку транспортної інфраструктури України дозволяє зробити висновок, що одним з найбільш істотних факторів, що негативно впливає на ефективність зовнішньоторговельних перевезень, є нерівномірний розвиток транспортної інфраструктури в регіонах країни.

Сучасний досвід показав дієвий спосіб збільшення пропускної та переробної спроможності морських портів в умовах територіальних обмежень – створення «сухих портів». «Сухий порт» (dry port) – це сукупність складів тимчасового зберігання, допоміжних будівель, споруд, автомобільних і залізничних шляхів, майданчиків, розташованих за межами території морського порту, пов'язаних між собою і з портом єдиним технологічним процесом і інформаційною системою для здійснення вантажних операцій з товарами і їх тимчасового зберігання під митним контролем [1]. Він є ефективним інструментом зниження нерівномірності внутрішніх вантажопотоків порту. «Сухий порт» являється оптимальним варіантом перевалки вантажів. До основних функцій окрім основної, перевалки вантажів, відносяться:

- зберігання;
- консолідація вантажів;
- комплектація вантажів;
- митне оформлення вантажів;
- технічне обслуговування автомобільних і залізничних транспортних засобів.

Створення «сухих портів» вирішує проблему розвитку транспортних потоків в припортових містах за допомогою будівництва об'їзних доріг і естакад, не пов'язаних з транспортною інфраструктурою міст-портів.

Сучасний досвід будівництва «сухих портів» показує можливість збільшення переробної спроможності морських портів з мінімальними витратами на реконструкцію. На даний момент в Європі діє близько 250 «сухих портів», в США налічується близько 370 великих внутрішніх контейнерних терміналів [2]. Для країн Євросоюзу, таких як Бельгія, Словенія, Швейцарія, а також для Сполучених Штатів Америки характерно використання

«сухих портів» не в якості тилових терміналів морського порту, а як терміналів, орієнтованих на обслуговування внутрішніх районів країни, тому розташовуються вони, як правило, далеко від берегової лінії. У країнах Азії «сухі порти» використовуються, в основному, для збільшення переробної спроможності морських портів, а не для розвитку внутрішніх регіонів.

При вирішенні завдання вибору раціонального місця розміщення «сухого порту» і його параметрів в якості критеріїв використовувати інвестиційні витрати на спорудження «сухого порту». Ряд європейських досліджень показали важливість врахування екологічного фактору. Зниження екологічного навантаження на регіон розміщення морського порту пов'язано з перенесенням робіт з перевалки вантажів в віддалений від житлових зон «сухий порт», а також зі зниженням вихлопів автотранспорту в результаті забезпечення більш рівномірного обслуговування автомобілів, зменшення заторів на підходах до морського порту і скорочення часу їх простою в очікуванні вантажних операцій в порту. В Україні на даний час система «сухих портів» знаходяться на стадії розвитку. Створення і експлуатації «сухих портів», є потенційно ефективним вирішенням завдання збільшення вантажообігу морських портів, що призведе до підвищення своєчасності вантажних перевезень, а також подолання екологічних проблем регіону розміщення портів. Однак недостатній розвиток науково-методичної бази системного обґрунтування необхідність створення «сухого порту» в регіоні, вибору і розрахунку основних параметрів такого тилового терміналу на етапі його стратегічного планування може привести до виникнення зайвих капітальних і експлуатаційних витрат і, як наслідок, до збільшення собівартості вантажопереробки в системі «морський порт – «сухий порт»» [3].

Можливість підвищення якості вантажних перевезень в результаті введення «сухого порту» в ланцюжок поставок як елементу, що володіє додатковою місткістю і переробною здатністю досягається завдяки розширенню можливостей по регулюванню вантажопотоків, а також реалізації мультимодальних рішень, збільшення пропускної спроможності морських портів і під'їзних шляхів в результаті прискорення обробки вантажів в морському порту, зниження сумарних транспортно-складських витрат і собівартості вантажопереробки в морському терміналі, вирішення екологічних і соціальних проблем регіону розміщення морського порту в результаті часткового перенесення вантажно-розвантажувальних робіт в віддалені від житлових зон райони і створення додаткових робочих місць в регіоні.

Таким чином, основними перевагами «сухого порту» являються:

- підвищення якості вантажних перевезень;
- прискорення вантажних перевезень;
- оптимальне управління вантажопотоками;
- збільшення пропускної спроможності портів;
- зниження транспортно-логістичних витрат;
- покращення екологічних та соціальних питань;
- створення додаткових робочих місць;
- зниження собівартості перевезення вантажів.

Реалізація перерахованих переваг досягається, якщо момент введення в експлуатацію «сухого порту» збігається з моментом, коли пропускна здатність морського порту не дозволяє забезпечити пропуск без затримок транспортних і вантажних потоків збільшеної інтенсивності, а також за умови вибору раціонального місця розміщення «сухого порту» оптимальної місткості та технічної оснащеності.

Список використаних джерел

1. Центр транспортних стратегій. URL : https://cfts.org.ua/news/2019/08/20/miu_peredalo_v_kmu_proekt_obnovlennoy_strategii_razvitiya_morskikh_portov_do_2038_goda_54829
2. Carteni A., de Luca S. Tactical and strategic planning for a container terminal: Modelling issues within a discrete event simulation approach. *Simulation Modeling Practice and Theory*. 2012. №1 (21). P. 123–145.
3. Стратегия развития морских портов Украины на период до 2038 года. URL : <http://www.uspa.gov.ua/ru/investoram/perspektivnyj-plan-razvitiya-otrasli-do-2038-goda>

УДК 347.73

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ
ПІД ДІЄЮ ВИКЛИКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Лещук Г. В., д.е.н., професор кафедри кафедра обліку і аудиту
ДВНЗ Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В сучасних умовах викликів пандемії COVID-19 негативні тенденції на рівні національної економіки зумовили виникнення значних диспропорцій, зокрема: зниження ділової активності суб'єктів господарювання спричинило відповідний спад руху обігових коштів; зниження рівня прибутковості підприємств спричинило зменшення надходжень загальнодержавних податків та зниження інвестиційної активності; зменшення податкових надходжень спричинило зростання державного дефіциту та перерозподіл видатків державного бюджету; підвищення рівня безробіття спричинило збільшення обсягів соціальних виплат та зниження споживчого попиту; погіршення соціально-економічного становища населення спричинило розширення масштабів депресивних регіонів тощо. Від так, дані негативні тенденції як на макроекономічному рівні, так і на мікроекономічному рівні, тобто окремих суб'єктів господарювання, зумовили необхідність внесення своєчасних змін та коригувань з метою зменшення податкового навантаження на вітчизняний бізнес, підтримку належного рівня функціонування податкової системи України та забезпечення виконання державного бюджету 2020 року за умови відповідних коригувань. Зокрема, доцільно виокремити наступні нормативно-законодавчі акти, дія яких буде спрямована на забезпечення формування ефективної податкової політики та на виконання державного бюджету до кінця 2020 року та/або які діятимуть у 2021 році:

– Закон України від 17.03.2020 р. № 533–ІХ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)». Зокрема, вимога застосування РРО відкладається до 1 січня 2021 р. та 1 квітня 2021 р., крім фізичних осіб-підприємців окремо визначених категорій. Відтермінується: збільшення розміру санкцій за порушення вимог Закону щодо використання реєстраторів розрахункових операцій з 1 жовтня 2020 р. до 1 січня 2021 р.; набрання чинності Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» та інших законів України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг до 1 серпня 2020 р. (до запропонованих змін набрання чинності планувалося з 19 квітня 2020 р.), а окремих його положень – до 1 січня 2021 р. (замість 1 жовтня 2020 р.) [1];

– Закон України від 02.04.2020 р. № 540-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-2019)», який був спрямований на внесення змін до 9 кодексів України та понад 30 законів України;

– Закон України від 13.04.2020 р. № 553-IX «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік», який передбачає істотне розширення дефіциту – з 2,1 % до 7,5 % ВВП. Необхідність таких змін зумовлена, насамперед, переглядом макроекономічного прогнозу та необхідністю ужиття заходів для протидії поширення коронавірусу COVID-19, підтримки підприємництва і вразливих верств населення. Дефіцит бюджету планується профінансувати за рахунок боргових джерел, ключову роль в залученнях яких відіграватимуть запозичення від МВФ та інше офіційне фінансування [2];

– Закон України від 08.08.2020 року № 786-IX «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» із змінами та доповненнями, що дозволило фізичним особам – підприємцям, особам, які провадять незалежну професійну діяльність, та членам фермерського господарства тимчасово звільняються від нарахування та сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; платникам єдиного внеску не нараховується пеня, а нарахована пеня за ці періоди підлягає списанню; встановлено мораторій на проведення документальних перевірок правильності нарахування, обчислення та сплати єдиного внеску [3].

Прийняття та імплементація змін до 9 кодексів України та понад 30 законів України сприяли формуванню виваженої податкової політики під дією викликів пандемії COVID-19, а також значному зменшенню податкового навантаження на бізнес та забезпечення виконання державного бюджету 2020 року за умови відповідних коригувань. Окрім цього слід відмітити зміни затверджені Кабінетом Міністрів України від 14.09.2020 р. до Податкового кодексу України та деяких інших законів України в частині забезпечення збалансованості бюджетних надходжень, які сприятимуть збільшенню надходжень податків і зборів до Державного бюджету у 2021 році на 2,7 млрд. гривень.

Таким чином, доцільно виокремити наступні основні аспекти при формуванні системної та виваженої податкової політики під дією викликів пандемії COVID-19 на період 2020–2021 рр.:

1. Податкова політика повинна бути гнучкою та адаптивною із швидким реагування на підтримку вітчизняного бізнесу й забезпечення сталості основних макроекономічних показників економічного і соціального розвитку України.

2. Необхідність дотримання умов нової програми співпраці stand-by з МВФ, зокрема і в частині проведення послідовної фіскальної та монетарної політики, що сприятиме стабільному функціонуванню вітчизняної податкової системи.

3. Формування та реалізація заходів щодо стимулювання підвищення внутрішнього попиту та реального ВВП сприятимуть активізації ділової активності в країні. Особливий акцент на підвищення споживчого попиту домогосподарств в силу своєї найбільшої питомої ваги у ВВП.

4. Стимулювання інвестиційної активності з метою підвищення інвестиційної привабливості держави, відповідно, і активності потенційних інвесторів, створення конкурентоспроможної економіки, зокрема шляхом запровадження обігу сільськогосподарських земель, проведення ефективних прозорих приватизаційних процесів, створення ефективних ринків, посилення верховенства права.

5. Формування ефективної політики щодо зниження рівня безробіття, яке зумовлено не тільки слабкою економічною активністю, але й значною кількістю трудових мігрантів.

6. Продовження дії урядових заходів щодо надання пільг з податку на землю та комерційну нерухомість, зі сплати за оренду комунальної власності, а для утримання персоналу – виплатами 2/3 окладу за режим вимушеного простою та компенсацій з часткового безробіття. А також підтримка малих підприємств та ФОП задля стимулювання їх ділової активності.

7. Формування ефективної політики щодо зниження інфляції на тлі монетарних та фіскальних стимулів, розширення дефіциту зведеного бюджету задля стимулювання економічної діяльності (безпосередньо капітальні видатки), підтримання бізнесу та населення в умовах зниження споживчої активності і зайнятості.

8. Проведення виваженої політики щодо зниження темпів нарощування дефіциту бюджету, падіння номінального ВВП, а також обмінного курсу гривні.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) : Закон України № 533–IX від 17 березня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/591-20#Text>.

2. Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік» : Закон України № 553-IX від 13.04.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/553-20#Text>.

3. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України № 786-IX від 08.08.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>.

ЗМІСТ

Баранов Г. О. ПРОБЛЕМИ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	3
Березіна О. Ю., Березін І. С. ОЦІНКА СУКУПНОГО КАПІТАЛУ ТА АКТИВІВ ТЕРИТОРІЇ В ПРОЦЕСІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ.....	4
Березюк-Рибак І. Р., Леонов С. В. ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК КРЕАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	6
Благуни І. І. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	9
Бруско І. В., Редчиць М. В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ПРИ ПРОВЕДЕННІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	11
Варганова О. В., Зубенко О. М. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	13
Варганова О. В., Кушнір О. І. ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	15
Ващенко В. В. УПРАВЛІННЯ КОМАНДОЮ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	18
Горбик Л. В. ПОБУДОВА ПАЦІЄНТ-ОРІЄНТОВАНОЇ МОДЕЛІ – ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ РЕФОРМИ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	19
Григор О. О., Огородніков В. Ю. ЧЕТВЕРТА ПРОМИСЛОВА РЕВОЛЮЦІЯ ТА СТАН ГОТОВНОСТІ ДО НЕЇ УКРАЇНИ	21
Гришина А. В. ПІДХОДИ ДО ОПЛАТИ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ	23
Гуренко А. В. РОЗВИТОК РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	25
Давиденко Д. В. (наук. кер. Данченко О. Б.) РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	26
Domingues P. AVALIANDO O RISCO NA GESTÃO FINANCEIRA DE ESTOQUES	28
Дудченко Н. В. АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ УКРАЇНИ	31
Загоруйко І. О. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ 2018 – 2020 рр.	33
Зінов'єв С. О. УПРАВЛІННЯ ЯКІСНОЮ ОСВІТОЮ ЯК ОДИН З ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	36
Іванченко В. О. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЛАТФОРМА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	37
Ільченко Н. В. БЮДЖЕТ УЧАСТІ: КОНЦЕПЦІЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ	40
Ільченко Н. В. БРЕНД КРАЇНИ: ПОНЯТТЯ ТА ВИМІРЮВАННЯ	43
Кальницький Р. О. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	45

Кириченко М. А. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	47
Коваль А. І., Рябокони Н. П., Чухліб А. В. ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ	49
Коломицева О. В., Сергієнко О. А. ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ	51
Коляденко О. Л. ОСОБЛИВОСТІ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	53
Korol I., Slynko M. SCIENTIFIC RATIONALE FOR THE PROSPERITY OF THE MARKETING TAKING INTO ACCOUNT THE DIRECTIONS OF ECONOMIC POLICY IN THE WORLD ECONOMY SYSTEM	55
Костенко А. Ю. (наук. кер. Кошеленко С. В.) ДІДЖІТАЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ...	57
Кравченко О. В. УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ	58
Крижанівська Л. Г. ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	60
Манн Р. В., Ляшов Д. О. ПАРТИЦИПАТОРНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗПОДІЛУ МІСЦЕВИХ РЕСУРСІВ: ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	62
Манн Р. В. СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ УПРАВЛІННЯ ПУБЛІЧНИМИ ФІНАНСАМИ В УКРАЇНІ	63
Marieva Y. V., Martinovych P. H. INTERCONNECTION BETWEEN PUBLIC GOVERNANCE AND CORPORATE MANAGEMENT	65
Михалко Л. В. (наук. кер. Кошеленко С. В.) ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ	67
Нагорний Д. О. (наук. кер. Петкова Л. О.) НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ	69
Настенко О. Р. (наук. кер. Гончаренко І. Г) ПРОБЛЕМАТИКА ОПТИМАЛЬНОСТІ ГРОШОВОЇ МАСИ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВІДПОВІДНІСТЬ ПОТРЕБАМ ЕКОНОМІКИ	72
Небилиця С. І. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ	74
Ничипоренко К. В. АНАЛІЗ СТАНУ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ	76
Носаль М. П. МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»	78
Носок Т. А. (наук. кер. Кошеленко С. В.) ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ	80
Охременко Ю. Д. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНФЛЯЦІЇ НА ПРИБУТОК КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	82
Одінцов О. М. ЗАСТОСУВАННЯ СТАНДАРТІВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	84
Очердько О. О. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА МОРСЬКОМУ ТА РІЧКОВОМУ ТРАНСПОРТІ	86

Pontedeira R. ECONOMIA VERDE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	88
Pontedeira R. AFETAÇÃO DE RECURSOS, PRODUTIVIDADE E AS REFORMAS ESTRUTURAIS DA ECONOMIA PORTUGUESA.....	90
Постоленко Б. В. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	93
Починок В. А. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	95
Пріхно І. М. ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК	98
Прокопенко Т. О., Кошеленко С. В. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	100
Прокопенко Т. О., Ільченко Н. В. СУТНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	102
Ромашко І. Є. ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ І ПРОБЛЕМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	104
Rocha R. O PROCESSO DE INTERVENÇÃO DO FMI EM PORTUGAL ENTRE 1975 E 1985	106
Суботіна Ю. О., Северин Т. М. РОЗРОБКА І ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА НОВИЙ РИНОК.....	108
Сірченко Р. М. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	110
Слинько М. Ю., Мартінович П. Г. СИСТЕМА АТЕСТАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКА	112
Слинько М. Ю. УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ	114
Солоха Д. В., Белякова О. В. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КОНЦЕПТ СТАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	115
Тептюк Л. М. ГРОМАДСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ ЯК СУБ'ЄКТИ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРАВА	117
Fernandes H. GESTÃO FINANCEIRA DO SEGMENTO BANCOS COMO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO	119
Хоменко Л. М. ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	122
Худолей О. С. ПУБЛІЧНА ВЛАДА ЯК СКЛАДОВА КОНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ	124
Шаповал М. Ю. (наук. кер. Скорик О. О.) ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ КРИЗОВОГО СЕРЕДОВИЩА	126
Загородня Ю. В., Максимов С. Б. «СУХИЙ ПОРТ» ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ	128
Лещук Г. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІД ДІЄЮ ВИКЛИКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	130

Наукове електронне видання

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

МАТЕРІАЛИ XXI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

22 жовтня 2020 року

В авторській редакції

Технічний редактор *Т. А. Манжура*

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 11,24. Зам. 20-98.

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