МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ: КОНЦЕПЦІЇ, ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ, МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник тез доповідей
І Міжнародної науково-практичної конференції

(25 листопада 2021 року, м. Харків, Україна)

Електронний ресурс

Харків
2021

УДК 334.7:330.341
С 91

Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ (№ 668 від 31 серпня 2021 р.)

Редакційна колегія:
д-р. екон. наук, проф. Б. В. Самородов (головний редактор);
д-р. екон. наук, проф. А. П. Грінько;
к-т. екон. наук, доц. Н. Л. Морозова;
к-т. екон. наук, доц. Н. В. Ізюмцева;
к-т. екон. наук, доц. Т. В. Новікова;
к-т. екон. наук, доц. Ж. І. Торяник.

Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол № 12 від 29 листопада 2021 р.)

С 91 Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку : збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (Україна, м. Харків, 25 листопада 2021 року) [Електронний ресурс]. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. – 1 ел. опт. диск (CD-ROM). – Систем. вимоги: Процесор Pentium-класса ; ОС Windows 7/10 ; дисковод CD-ROM ; Acrobat Reader 10. - 369 с.

ISBN 978-966-285-730-6

У збірнику представлені тези доповідей учасників І Міжнародної науково-практичної конференції на загальну тему «Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку».

Для науковців, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів. Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст і оформлення матеріалів несуть автори.

Усі права застережено. Посилання на матеріали обов’язкові.

УДК 334.7:330.341

Адреса редколегії:
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4

© Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна, 2021

ISBN 978-966-285-730-6

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
V.N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

MODERN MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS: CONCEPTS, DIGITAL TRANSFORMATIONS AND INNOVATIVE DEVELOPMENT MODELS

Collection of abstracts
I International Scientific and Practical Conference

(November 25, 2021, Kharkiv, Ukraine)

Electronic resource

Kharkiv
2021

UDC 334.7:330.341

Registration certificate UkrINTEI (№ 668 August 31, 2021)

Editorial board:
Dr. of Econ Sciences, Prof. B. V. Samorodov (editor in chief);
Dr. of Econ. Sciences, Prof. A. P. Grinko;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. N. L. Morozova;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. N. V. Iziumtseva;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. T. V. Novikova;
PhD in Econ. Sciences, Assoc. Prof. Zh. I. Torianyk.

Approved for posting on the Internet by the decision of the Academic Council in V.N. Karazin Kharkiv National University (Minutes № 12 of 29 November 2021)

Modern management of organizations: concepts, digital transformations and innovative development models : a collection of abstracts of the I International Scientific and Practical Conference (Ukraine, Kharkiv, November 25, 2021). – Kharkiv : V.N. Karazin Kharkiv National University, 2021. – electron. resource. – 1 el. disk (CD-ROM). – Systems. requirements: Pentium-class processor; OC Windows 7/10; CD-ROM drive; Acrobat Reader 10. – 369 p.
ISBN 978-966-285-730-6

The collection presents abstracts of the participants of the I International Scientific and Practical Conference on the general topic «Modern management of organizations: concepts, digital transformations and innovative development models.»

For scientists, post-graduate students and students of higher educational institutions. Materials are submitted in the author's edition. The authors are responsible for the content and design of the materials.

All rights reserved. References to materials are required.

UDC 334.7:330.341

Editorial board address:
61022, Kharkiv, Svobody Square, 4

© V. N. Karazin Kharkiv National University, 2021

ISBN 978-966-285-730-6

РОЗДІЛ 1.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ, ФІНАНСОВІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ

УДК 339.13

Білоцерківський О.Б.
к.т.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу» НТУ «ХПІ»,
Литвин О.С.
магістрант кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу» НТУ «ХПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Меблева промисловість, яка виробляє товари народного споживання, займає особливе місце серед деревопереробних галузей промисловості України. Продукція галузі залишається затребуваною, виробництво меблів найбільш близьке до конкурентоспроможного рівня в порівнянні з іншими товарами народного споживання тривалого користування. В Україні вона стабільно розвивається, працює здорова конкуренція, співвідношення вітчизняних та імпортних виробників приблизно рівне. Даний сегмент є цікавим ще й тому, що носить двоякий характер, оскільки, з одного боку – меблі дійсно є товаром незамінним, але з іншого – йому властива довготривалість у використанні. Тому актуальним є багатовимірне дослідження соціально-економічного розвитку меблевої промисловості України з використанням методів кластерного аналізу [1].

Визначимо однорідні групи видів діяльності за такими соціально-економічними показниками 2019 року [2]: кількість суб’єктів господарювання, зайнятих працівників, найманих працівників, обсяги реалізованої та виробленої продукції, додана вартість за витратами виробництва, – застосовуючи методи кластерного аналізу.

Для проведення розрахунків використовувався ППП Statistica 12. Результати обчислень наведені на рис. 1-3. Зокрема на рис. 1 наведено дендрограму класифікації за методом Уорда. Згідно методу Уорда приєднання об’єктів до кластерів здійснюється у випадку мінімального приросту внутрішньогрупової суми квадратів відхилень. Завдяки цьому утворюються кластери приблизно одного розміру, які мають форму гіперсфер.

Аналіз даної дендрограми на рис. 1 дозволяє розпізнати три групи (кластери) однорідних станів у спостережуваній сукупності даних.

Здійснимо реалізацію методу К-середніх (K-means clustering).

Графіки середніх значень для кластерів наведено на рис. 2.

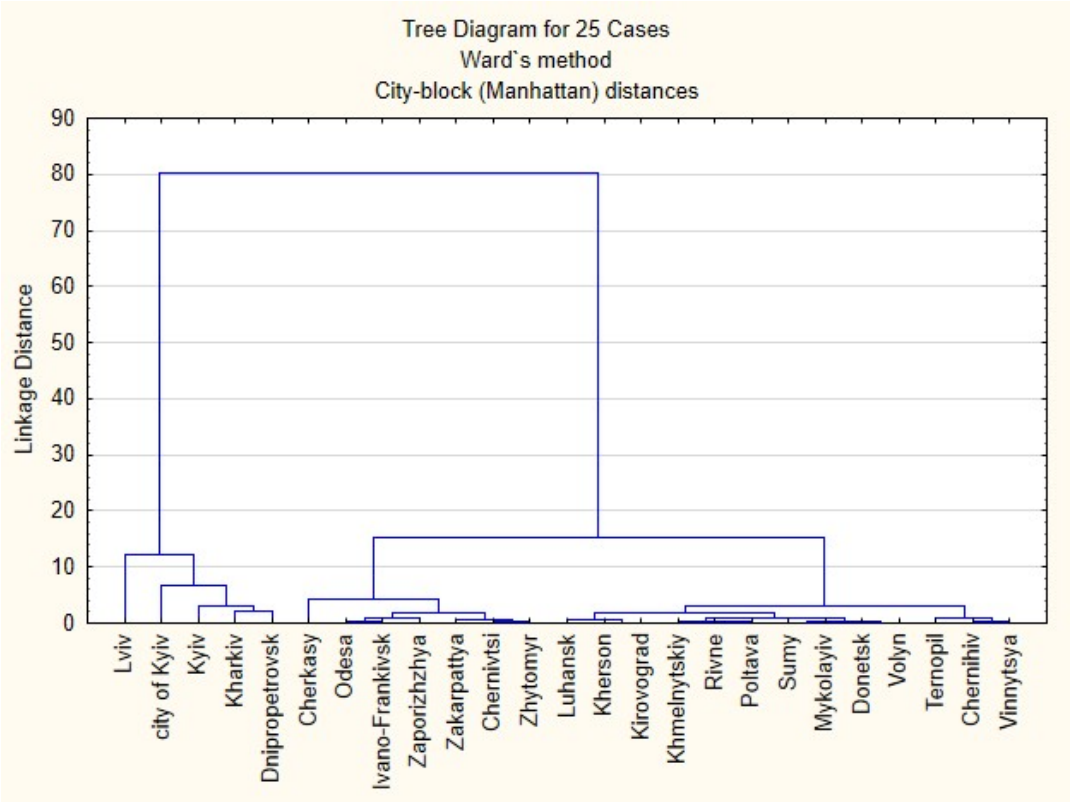


Рис. 1. Дендрограма класифікації

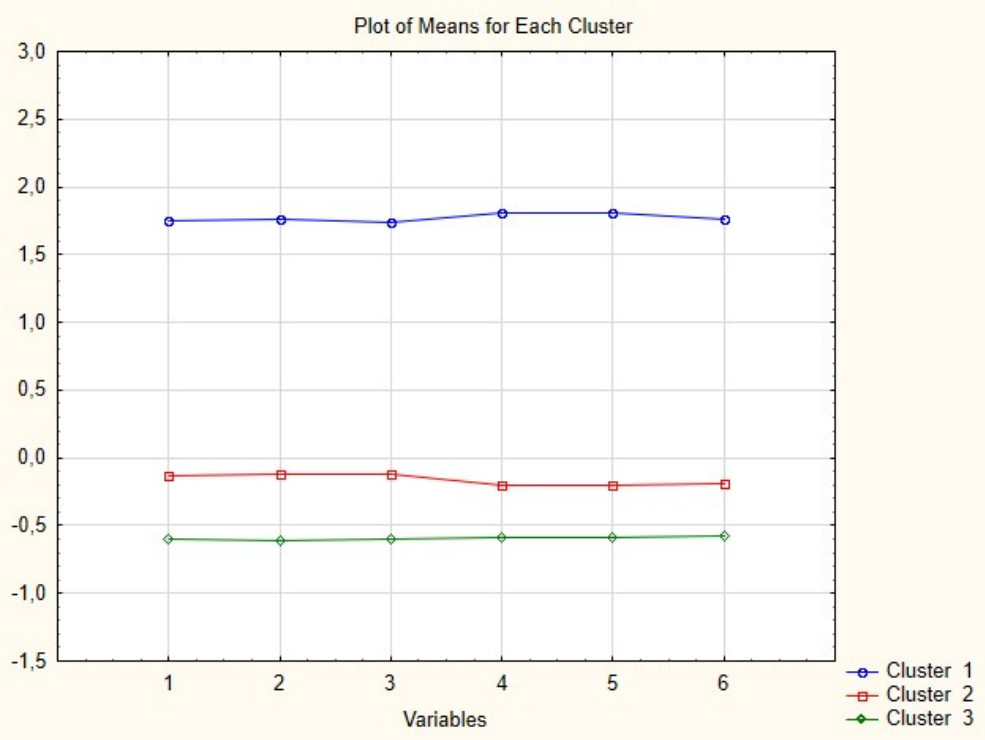


Рис. 2. Графіки середніх значень для кластерів:

1 – кількість суб’єктів господарювання, 2 – кількість зайнятих працівників, 3 – кількість найманих працівників, 4 - обсяг реалізованої продукції, 5 – обсяг виробленої продукції, 6 - додана вартість за витратами виробництва.

Члени кластерів та їх відстані до центру відповідного кластеру наведено на рис. 3.

Кластер № 1

	Members of and Distance Cluster cont: Distance
Dnipropetrovsk	0,663470
Kyiv	0,719581
Lviv	1,265522
Kharkiv	0,302074
city of Kyiv	0,611480

Кластер № 2

	Members of and Distance Cluster cont: Distance
Zhytomyr	0,171526
Zakarpattya	0,149797
Zaporizhzhya	0,056447
Ivano-Frankivsk	0,178450
Odesa	0,171735
Cherkasy	0,415982
Chernivtsi	0,156877

Кластер № 3

	Members of and Distance Cluster cont: Distance
Vinnytsya	0,209433
Volyn	0,042569
Donetsk	0,024926
Kirovograd	0,133282
Luhansk	0,253116
Mykolayiv	0,025522
Poltava	0,088452
Rivne	0,060634
Sumy	0,049531
Ternopil	0,100803
Kherson	0,093037
Khmelnytskiy	0,105278
Chernihiv	0,181478

Рис. 3. Члени кластерів та їх відстані до центру кластера

Із рис. 3 слідує, що кластер № 1 (4 області: Дніпропетровська, Київська, Львівська, Харківська, - та м. Київ) характеризується найвищим рівнем показників; кластер № 2 (7 областей: Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Одеська, Черкаська, Чернівецька) характеризується середніми значеннями показників; кластер № 3 (Вінницька, Волинська, Донецька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Чернігівська) характеризується найнижчим рівнем показників.

Таким чином, у 2019 р. за всіма показниками лідируючі позиції займали Дніпропетровська, Київська, Львівська, Харківська області та м. Київ. Попит на меблі в Києві вище, ніж в інших містах, оскільки 60% всіх новобудов України розташовані саме в столиці.

Список літератури

1. Білоцерківський О.Б., Бакадорова Г.Є. Аналіз соціально-економічного розвитку Харківської області з використанням кластерного аналізу. *Abstracts of I International Scientific and Practical Conference*. Berlin, Germany 2021. 204-207 pp. Available at: DOI: 10.46299/ISG.2021.I.I URL: https://isg-konf.com

2. Економічна статистика / Економічна діяльність / Діяльність підприємств. *Держкомстат України.* URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

УДК 336.761

Білоцерківський О.Б.
к.т.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу» НТУ «ХПІ»,
Приходько Є.Г.
студентка 5 курсу ННІ «Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу» НТУ «ХПІ»

УКРАЇНСЬКІ БІРЖІ КРИПТОВАЛЮТ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ

Інвестування або торгівля криптовалютами спочатку багатьох лякає. Вся правда в тому, що нерідко з'являються новини щодо людей, які втратили гроші або взагалі про шахрайство у цій сфері. Нажаль, такі новини є реальними і шахрайство з криптовалютами відбувалися і продовжують відбуватися, але інвестувати та безпечно торгувати криптовалютою на біржі ще ніколи не було так просто, як зараз. Головний нюанс при торгівлі та купівлі криптовалюти – це безпека та надійність.

Криптобіржа – це цифровий аналог фондової біржі, що торгує не акціями, а токенами. На цих біржах можна торгувати, інвестувати та виводити віртуальні активи в готівку.

Сьогодні в Україні функціонують декілька великих криптовалютних бірж. Точну кількість назвати складно через той факт, що багато з цих майданчиків не зареєстровані в Україні, але при цьому працюють із гривнею.

Офіційними українськими біржами криптовалют є Exmo, Kuna та BTC Trade UA:

- Exmo орієнтується здебільшого на країни Східної Європи та має офіси в Лондоні, Києві та Москві. Щоденний об'єм торгівлі 1,275 млн.$ [1]
- Kuna, хоча й зареєстрована в Великій Британії, і діє на основі її законодавства, орієнтується в першу чергу на українську аудиторію. Добовий об'єм торгівлі на цій біржі складає 2,2 млн. $ [2]
- BTC Trade UA – перша українська біржа з щоденним обігом у розмірі 876 тис. $ [3]

Найбільш безпечним є здійснення торговельної діяльності на легальних українських біржах, оскільки торги на відомих іноземних біржах за типом Binance є доволі небезпечними через замороження рахунків, за якими люди в результаті не можуть отримати свої гроші. Крім цього, на великі іноземні біржі доволі часто здійснюють хакерські атаки. Саме тому, крайнє необхідно, щоб біржа була українською та мала свій офіційний офіс в країні, до якого можна було б звернутися.

В 2021 році Україна увійшла в п’ятірку лідерів за використанням криптовалюти (рис. 1) [4]. Це є якісним показником того, що українці все більше довіряють цифровим активам. Саме цей факт мав би слугувати рушійним мотивом для розвитку ринку криптовалют та створення механізмів регулювання цієї сфери.

Country	Index score	Overall index ranking	Ranking for individual weighted metrics feeding into Global Crypto Adoption Index		
			On-chain value received	On-chain retail value received	P2P exchange trade volume
Vietnam	1.00	1	2	4	3
India	0.37	2	3	2	72
Pakistan	0.36	3	12	11	8
Ukraine	0.29	4	5	6	40
Kenya	0.28	5	28	41	1
Nigeria	0.26	6	10	15	18

Рис. 1 – Рейтинг країн за використанням криптовалюти

За останні два роки, через зростаючу популярність криптовалют у державному законодавстві було створено два законопроекти, але вони в повній мірі не врегульовували відносини на ринку криптовалютної торгівлі.

8 вересня 2021 року Верховна Рада України прийняла закон про легалізацію криптовалюти [5]. Президент наклав вето на законопроект та відправив його на доопрацювання. Після повторного ухвалення і набуття чинності, закон застосовуватиметься до правовідносин, що виникають у зв’язку із обігом віртуальних активів в Україні. Він визначатиме права та обов’язки учасників ринку віртуальних активів, засади державної політики у сфері обігу віртуальних активів.

Таким чином, залишається лише чекати набуття чинності законопроекту та його реалізації, оскільки завдяки цьому проекту в державі почне функціонувати правове регулювання сфери криптовалют, що в результаті допоможе уникнути шахрайства на біржах.

Список літератури

1. Офіційна сторінка біржі Exmo – Режим доступу: https://exmo.com/en?ref=443248
2. Офіційна сторінка біржі Kuna – Режим доступу: https://kuna.io/?r=kunaid-ki7het4ls03y
3. Офіційна сторінка біржі BTC Trade UA – Режим доступу: https://btc-trade.com.ua/index.html?ref=93693
4. 2021 Geography of Cryptocurrency report – Інформаційний ресурс. – Режим доступу: https://blog.chainalysis.com/reports/2021-global-crypto-adoption-index
5. Інформаційний ресурс Tadviser - Режим доступу: https://www.tadviser.ru

УДК 336.71

Бітнер І.В.
к.е.н., доцент кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ імені В.Н. Каразіна

Гончарук Х.М.
здобувач вищої освіти, студентка гр. АФ-22М

ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ПРИСУТНОСТІ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Вітчизняна банківська система давно залучена до процесу швидкої інтеграції та глобалізації за рахунок розширення присутності в ній іноземного капіталу. Входження іноземних банків у банківську систему України сприяє припливу капіталу, посиленню ринкової конкуренції, покращенню банківського обслуговування. Водночас цей процес не позбавлений певних ризиків. Дослідивши роботи різних вчених та економістів [1,2], наведемо позитивні та негативні наслідки присутності іноземного банківського капіталу в Україні у співставленні із світовим досвідом у даному напрямку.

Присутність іноземного капіталу можна розглядати з двох точок зору, як з позитивної так із негативної. До безумовних позитивних рис можна віднести такі: зростання фінансової глибини економіки, підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни, підвищення фінансової стійкості банківської системи, зростання рівня впровадження інновацій в банках, підвищення рівня капіталізації банківської системи, покращення системи банківського регулювання, нагляду та контролю, розширення доступу до міжнародних валютних ринків та ринків капіталів, удосконалення організаційних процесів у валютній діяльності, посилення конкуренції та підвищення ефективності функціонування банківських установ.

Прихід іноземних банків зі своїм баченням ведення бізнесу дав розвиток системі. На їх прикладі банки змогли покращити якість банківських послуг, розширити їх спектр [1], що зумовило зростання фінансової глибини економіки. Також, за рахунок входження банків-нерезидентів у країну, можливо досягти зростання обсягу кредитних ресурсів в банках і забезпечення стабільності джерел їх поповнення за допомогою диверсифікації капіталу банку і акціонерної бази і таким чином сприяти підвищенню рівня соціально-економічного розвитку країни.

Можна відмітити, що банки з іноземним капіталом мають більші можливості, тому що змогли першими швидко збільшити розмір капіталу при встановленні НБУ нових вимог, можуть легше переносити фінансові

кризи, мають можливість підтримати вітчизняні банки в період економічного спаду, що безумовно посприяло зростанню фінансовою стійкості національної банківської системи.

Банки-нерезиденти несуть з собою ефективне і швидке впровадження новітніх методів банківської діяльності – систему управління іноземної банківської структури, передові технології в банківській справі, поліпшення диверсифікації ризиків завдяки застосуванню новітніх технологій їх страхування. Все це впроваджується і в Україні та беззаперечно має позитивний вплив на вітчизняну банківську систему.

Використання іноземного капіталу в банківській системі країни сприяє вирішенню проблеми її капіталізації у спосіб отримання ресурсів від материнської компанії, що водночас сприяє підтриманню платіжного балансу, припливу іноземної валюти в країну і за рахунок цього підвищення рівня капіталізації банківської системи.

Покращення системи банківського регулювання, нагляду та контролю. Умовою для входу в Україну іноземного капіталу був перехід до міжнародних стандартів нагляду, контролю та регулювання банківської практики, що було успішно майже практично повністю реалізовано.

Підвищення якості аналізу та прогнозування динаміки розвитку, підвищення якості управління ризиками, впровадження сучасних банківських технологій і міжнародного досвіду здійснення валютних операцій, підвищення стандартів та якості валютного обслуговування, вдосконалення корпоративного управління, все це удосконалення організаційних процесів у валютній діяльності.

Банки-нерезиденти мають нижчі витрати та меншу процентну маржу. Цим самим вони посилюють конкуренцію та підвищують ефективність функціонування банківських установ. Тому з їх приходом національні банки почали впроваджувати міжнародній досвіду фінансового оздоровлення, реструктуризацію та реорганізацію, шляхом злиття та поглинання банків.

На думку багатьох експертів [1,2], серед негативних наслідків входження іноземного капіталу в банківський сектор країни є можливість втрати економічного суверенітету країни, загроза для економічної безпеки країни, загострення економічних, соціальних і політичних проблем, розбалансування зовнішньоторговельного балансу, неспівпадіння інтересів банків з іноземним капіталом і вітчизняних банків, загострення проблем в системі корпоративного управління в банках, ускладнення системи банківського регулювання, нагляду та контролю.

Сьогодні, банки з іноземним капіталом в Україні, не створюють загроз для підриву економічного суверенітету в країні, діяльність всіх іноземних банків, так як і вітчизняних регулює НБУ на однакових умовах. Але питання порушення економічної безпеки України набуває актуальності. Основною загрозою для економічної безпеки в країни в даному випадку є можливий неконтрольований відплив капіталу і

фінансових ресурсів. Імовірність реалізації даної загрози підвищується, коли в країні присутня переважна кількість банків із 100 % іноземним капіталом.

Вибіркове обслуговування (вибір привабливих секторів кредитування) не сприяє розвитку економіки, особливо в тих галузях, які потребують додаткового фінансування для модернізації виробництва, загострює економічну, соціальну та політичну напругу в країні. В цьому інтереси банків з іноземним капіталом і вітчизняних банків не співпадають. Однак, банки-нерезиденти намагаються надавати повний спектр банківських послуг, а також хочуть задовольнити будь-які потреби клієнтів, розширити їх коло і відповідно обсяги своїх активних операцій, що відповідає й інтересам вітчизняних банків. Викуп НБУ надлишкових обсягів іноземної валюти, провокує монетарно-інфляційні наслідки [1].

Загострення проблем в системі корпоративного управління в банках. Враховуючи постійну динаміку до зростання частки іноземного капіталу в банківській системі України, здійснення банківського регулювання, нагляду та контролю за діяльністю банків з іноземним капіталом постійно ускладнюється.

Ми вважаємо, що на сьогодні система банківського регулювання та нагляду за діяльністю банків з іноземним капіталом в Україні є достатньо ефективною. Зокрема, банки з іноземним капіталом здійснюють свою діяльність на території Україні на рівні з вітчизняними банками, подають повну фінансову звітність, підпадають під обов’язковий контроль за їх економічними нормативами з боку НБУ та виступають об’єктами фінансового моніторингу за діяльністю банків в Україні. Тому можемо вважати, що в аспекті банківського регулювання та нагляду банки з іноземним капіталом в Україні своєю присутністю не несуть суттєвих загроз для банківської системи країни.

Таким чином, можна стверджувати, що присутність іноземного капіталу в банківській системі України має більше переваг порівняно з негативними наслідками. Негативні наслідки в більшій мірі пов’язані з неспівпадінням інтересів вітчизняних та іноземних учасників та проявляються на макроекономічному рівні, що перш за все, проявляється у виникненні дисбалансів в процесі зовнішньоекономічних операцій, створенні загрози для економічної безпеки країни та збільшенні рівня доларизації економіки.

Список використаної літератури:

1. Гаврилюк А. М. Присутність іноземних банків в Україні: переваги та недоліки [Електронний ресурс] / А. М. Гаврилюк // Стратегічні орієнтири. – 2012. – URL: http ://libfor.com/index.php?newsid=1191

2. Кириченко М. Вплив іноземного капіталу на розвиток банківської системи України / М. М. Кириченко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – Вип.№6(60. – С. 9-15).

УДК 336

Бітнер І.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

Остапенко В.В.
здобувач вищої освіти, студентка гр. АФ-22М
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ІНВЕСТИЦІЙНЕ КРЕДИТУВАННЯ ЯК МЕТОД ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Історично склалося так, що найперспективнішою формою фінансування проектів є зовнішні інвестиції, різновидом яких є кредит. Значення кредиту особливо вагоме на сучасному етапі розвитку економіки України, коли практично всім її ланкам не вистачає власних фінансових ресурсів. Наразі Україна перебуває на шляху всебічних економічних перетворень, за яких процес налагодження стабільного інвестиційного розвитку набуває особливого значення. Інвестиції відіграють вирішальну роль в економічному розвитку країни, вони визначають пріоритетні напрямки зростання економіки. Процес активізації інвестиційних потоків забезпечує зростання обсягів виробництва, національного прибутку, конкурентний розвиток галузей.

Дослідженням інвестиційного кредитування як методу фінансування інвестиційних проектів займається широке коло науковців, а саме: Грицай Т. Л., Майорова Т.В., . Москвин В.А., Пересада А.А., Урванцева С., Федорчак О. В. та інші.

Метою є дослідження теоретичних і практичних питань інвестиційного кредитування, як методу фінансування інвестиційних проектів.

Інвестиційне кредитування - це кредитний процес, що включає комплекс механізмів реалізації кредитних відносин в інвестиційній сфері. Об’єктом інвестиційних кредитних відносин є вартість, що позичається з одержання прибутку [1, с.8].

Найчастіше об’єктом інвестиційного кредитування є інвестиційний проект, змістом якого полягає у діяльності з проектування, будівництва, придбання технологій та обладнання, навчання, а аткож спрямована на створення нового або модернізацію існуючого виробництва товарів (продукції, послуги) з економічною вигодою. Це не тільки система організаційно-правових та бухгалтерських і фінансових документів, необхідних для здійснення будь-яких дій, а й заходи (діяльності), що передбачають їх виконання для досягнення конкретних цілей.

Інвестиційний проект - це сукупність організаційних, правових, управлінських, аналітичних, фінансових та технічних заходів, визначених на

основі національної системи цінностей та завдань інноваційного розвитку національної економіки та спрямованих на розвиток окремих галузей, секторів економіки, виробництв, регіонів, виконання яких здійснюється суб'єктами інвестиційної діяльності з використанням цінностей відповідно до чинного українського законодавства. Інвестиційний проект оформляється у вигляді планово-розрахункових документів, необхідних та достатніх для обґрунтування інвестиції, організації та керівництва роботами з реалізації проекту у межах певної вартості та строку його реалізації. [4, с. 120].

Сьогодні в Україні велику допомогу у розвитку інвестиційного кредитування надають вітчизняні державні та громадські організації, а саме: Національне агентство розвитку та європейської інтеграції, Асоціація розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання», Український союз промисловців та підприємців та інші. Також особливу роль в інвестиційному кредитуванні відіграють міжнародні фінансово-кредитні організації та установи. Вони сприяють фінансово-економічному розвитку українських кампаній, організацій та підприємств, за допомогою наступних елементів, а саме:

- надають кредити в іноземній валюті з низькою процентною ставкою підприємствам та компаніям, які мають життєздатні, економічно-перспективні проекти;
- забезпечують навчанням, тренінгами та семінарами спеціалістів в сфері інвестиційного кредитування;
- допомагають в техніко-економічному розвитку та обґрунтуванні вітчизняних інвестиційних проектів, підготовці бізнес-планів та інших документів для отримання інвестиційних кредитів [3, с. 24].

Інвестиційне кредитування на відміну від інших джерел фінансування інвестиційних проектів найкраще відповідає новим умовам управління та господарювання, за допомогою яких широко використовуються заходи економічного впливу, зокрема: поверненість, платність та диференціація умов кредитування, а також необхідність погашення інвестиційного кредиту, що сприяє посиленню режиму економії в процесі реалізації проекту та є засобом контролю за окупністю інвестицій.

Дослідження порядку отримання інвестиційного кредиту, що склалося на практиці українських та провідних світових фінансових, інвестиційних компаній та банків, дозволяє стверджувати про чітку відповідність етапів інвестиційного кредитування етапам життєвого циклу інвестиційного проекту.

Інвестиційне кредитування як метод фінансування інвестиційних проектів має недоліки та переваги.

До переваг інвестиційного кредитування потрібно віднести те, що інвестиційне кредитування для багатьох компаній – єдине рішення для забезпечення розвитку та зростання бізнесу. Найголовнішою перевагою інвестиційного кредиту є великий обсяг фінансування оскільки, банки не завжди схвалюють необхідну суми кредиту. Також інвестиційне кредитування,

що надається, може стати ключем до успіху молодої компанії, дати бізнесу величезну конкурентну перевагу і стати рушійною силою його розвитку. Тривалий термін інвестиційного кредиту дозволяє позичальнику адаптувати фінансування під конкретний проект. Можливе дострокове погашення інвестиційного кредиту, а також періодичні пільгові періоди погашення боргу. Інвестиційні кредити надаються лише компаніям, які, на думку фінансових установ, банків, вважаються надійними та мають гарні перспективи на майбутнє. Здобуття такого фінансування - своєрідне підтвердження високого потенціалу бізнесу. Незважаючи на складність і трудомісткість, інвестиційне кредитування сьогодні стало популярним рішенням для багатьох компаній [2].

Фінансування інвестиційних проектів за рахунок інвестиційного кредиту має низку недоліків. Найбільший не достаток - це, безумовно, дуже складні умови для малих та нових компаній. Щоб компанія користувалася довірою банку, фінансової установи чи інвестора, вона має успішно працювати на ринку не менше 6-12 місяців, тому залучити проектне фінансування для нових компаній найчастіше можна лише за допомогою альтернативних фінансових інструментів. Ще один недолік - це відносно тривалий час обробки заявки, якому передує збирання значного обсягу документації про компанію та її діяльність. Деякі компанії, для яких важливий процентний ризик, також можуть розглядати змінні процентні ставки як недолік. Ще один із недоліків полягає в необхідності вкладу та застави майна від позичальника інвестиційного кредиту [2].

Отже, проведені дослідження показують, що фінансування інвестиційних проектів за участю кредитних та інвестиційних організацій, банків, фінансових установ може здійснюватися в рамках як інвестиційного кредитування, так і проектного фінансування. Кредитування інвестиційних проектів, на нашу думку, доцільно визначати як комплекс заходів щодо спрямування кредитних ресурсів на інвестиційні потреби позичальника передусім спрямовані на розвиток та розширення компанії та відтворення капіталу за допомогою правильно складеного інвестиційного проекту.

Список використаної літератури:

1. Грицай Т. Л. Інвестиційне кредитування, його сутність та значення в сучасних умовах господарювання. *Інвестиції: практика та досвід*. № 14. 2011. с. 7-10.

2. Міжнародна фінансова компанія ESFC. URL. https://esfccompany.com/en/projects/sonsulting/investment-lending/

3. Урванцева С. Інвестиційне кредитування як метод фінансування інвестиційних проектів. *Економіст*. 2014. - № 11. с. 23-26.

4. Федорчак О. В. Проблеми фінансування інвестиційних проектів місцевого та регіонального розвитку в Україні . *Вісник НАДУПУ. Серія: Державне управління* . 2017. № 2. с. 118-127.

УДК 321.524

Бітнер І.В.
к.е.н., доцент
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Черваньов Д.О.
Студент групи АФ-22М,
Кафедра банківського бізнесу та фінансових технологій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ АСПЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Українська економіка нині має певні особливості, які загрожують її довгостроковій стабільності. Ці характеристики включають відносно низький рівень ліквідності ринку капіталу та дефіцит державних фінансів та зовнішньої торгівлі, проте ними не обмежуються. З березня 2020 року швидке розповсюдження пандемії коронавірусу та обмеження на боротьбу з нею визначають ситуацію на світових ринках. Погіршення стану світових фінансових ринків із зростанням невизначеності на внутрішньому ринку провокує зростання існуючих фінансових ризиків та появу нових.

Фінансові ризики є найчисельнішою групою банківських ризиків, це система ризиків, яка враховує як зовнішні, так і внутрішні впливові фактори. До фінансових ризиків належать валютний, кредитний, інвестиційний, ринковий, ризик ліквідності, проценний, операційний та ін. [1].

Управління фінансовими ризиками банківських установ має на меті встановлення та визначення певних лімітів ризику та контроль за тим, щоб поточні показники не виходили за межі встановлених лімітів.

Здійснюючи діяльність на банківському ринку України, АТ КБ «Приватбанк» також наражається на низку ризиків. Банк має справу з ринковим ризиком – можливість виникнення збитку або додаткової втрати чи втрати запланованого доходу через несприятливі зміни курсів іноземних валют, процентних ставок та вартості фінансових інструментів. Крім того, банк зустрічається достатньо часто з валютним ризиком, який являє собою ризик зміни ціни всіх фінансових інструментів, що є у власності банку, через коливання курсів валют. Крім валютного ризику, Приватбанк також стикається з ризиком процентної ставки, який визначає можливість втрати чи додаткового збитку або запланованої втрати доходу через несприятливі зміни процентних ставок.

Одними з основних ризиків, що повинні на постійній основі контролюватися і досліджуватися, є ризик ліквідності та кредитний ризик.

Стратегічною метою управління ризиком ліквідності є: підтримувати коефіцієнти ліквідності вище нормативного значення, мінімізувати ризик ліквідності через забезпечення достатнього розміру високоліквідних активів

для їх реалізації в випадках стресових ситуацій, лімітувати концентрацію залучених коштів через диверсифікацію ресурсів тощо [3].

АТ КБ «Приватбанк» розраховує нормативні коефіцієнти ліквідності, встановлені Національним банком України на щоденній основі (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка нормативів ліквідності АТ КБ «ПриватБанк»

Назва нормативу	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Норматив НБУ
Н4	56,87	63,52	32,47	43,46	-	-	20
Н5	59,88	147,43	155,54	141,98	-	-	40
Н6	97,09	73,83	99,76	97,74	100,41	92,92	60
LCRвв	-	-	-	263,61	268,26	278,23	100
LCRів	-	-	-	102,03	307,71	218,18	100

Джерело: побудовано за даними [4]

На сьогодні ці нормативи включають норматив короткострокової ліквідності (Н6), коефіцієнт покриття ліквідністю (LCR) за всіма валютами (LCRвв) та в іноземній валюті (LCRів).

Банк виконує всі нормативи ліквідності, встановлені НБУ зі значним перевищенням. У банку сформовані достатні буфери ліквідності, що підтверджує його здатність покривати попит на ліквідність у стресових умовах. Для більш детального аналізу ризику ліквідності розглянемо коефіцієнти ліквідності з таблиці 2.

Таблиця 2

Аналіз ліквідності АТ КБ «Приватбанк»

Період	2016	2017	2018	2019	2020
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,251	0,218	0,252	0,2	0,29
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,119	1,116	1,116	1,125	1,114
Коефіцієнт співвідношення високоліквідних активів до робочих	36,327	34,983	35,284	29,099	39,447
Коефіцієнт співвідношення виданих кредитів до депозитів	1,073	0,998	1,142	1,142	1,114
Коефіцієнт генеральної ліквідності	0,21	0,176	0,198	0,172	0,218
Коефіцієнт ресурсної ліквідності зобов’язань	0,852	0,757	0,836	0,893	0,809

Джерело: побудовано за даними [4]

Як свідчать дані, що представлені в таблиці 2, банк забезпечував протягом аналізованого періоду нормований рівень миттєвої ліквідності, це було пов'язано із стабільною позицією банку, довірою до його політики. Максимальну можливість погасити зобов'язання всіма активами показує нам коефіцієнт загальної ліквідності, з цим показником у Приватбанку не було проблем. Приватбанк успішно працює у відділі управлінських заходів, які направлені на виключення появи ризику, про що свідчить значення коефіцієнта відношення високоліквідних до робочих активів.

Банк в поточній діяльності має справу і з кредитним ризиком, що виникає, коли одна сторона фінансових операцій спричиняє збитки іншій стороні шляхом невиконання своїх зобов'язань за договором. В таблиці 3 наведено розрахунок кредитного ризику банку.

Таблиця 3

Розрахунок кредитного ризику АТ КБ «Приватбанк»

Станом на	Резерви під очікувані кредитні збитки, млн. грн	Кредитний портфель, млн. грн	Резерви під знецінення кредитів / кредитний портфель	Відхилення
2016	184341	227924	0,8088	-
2017	198846	237181	0,8384	0,0296
2018	241796	291936	0,8283	-0,0101
2019	236499	296043	0,7989	-0,0294
2020	177751	232772	0,7636	-0,0352

Джерело: побудовано за даними [4]

Протягом аналізованого періоду частка резервів під знецінення в кредитному портфелі банку є значною, що вказує на високий кредитний ризик банку. Це пов'язано з проведеною у 2016 р. націоналізацією банку, при якій було виділено таку складову кредитного портфелю, як «Кредити, що управляються як окремий портфель», що включає в себе непрацюючі кредити. У загальній структурі активів банку найбільшу частку займає саме ця категорія, що і є причиною такого високого ризику та значних резервів.

Отже, основний ризик у найближчій перспективі для всіх банківських установ – подальший розвиток пандемії. У результаті скасування антикорупційних реформ, узгоджених з МФО, зростають юридичні ризики. Керівництво відслідковує поточне поширення коронавірусу та карантину, а також у разі необхідності вживає заходів для мінімізації будь-яких негативних наслідків. Подальші негативні зміни та макроекономічні умови можуть мати негативний вплив на фінансовий стан та результати діяльності банку, які наразі не визначені.

Список використаних джерел

1. Заруцька О.П., Сосєдка О.В., Міняйло В.Ф. Сучасний стан електронного банкінгу та управління операційними ризиками. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 1 (67). 146-154.
2. Офіційний сайт АТ КБ «Приватбанк» [Електронний ресурс]. URL : https://static.privatbank.ua/ (дата звернення: 12.10.2021).
3. Положення банківської групи «Приватбанк» про систему управління ризиками [Електронний ресурс]. URL : https://static.privatbank.ua/files/Polozheniye_po_upravleniyu_riskami.pdf (дата звернення: 12.10.2021).
4. Фінансова звітність АТ КБ «Приватбанк» [Електронний ресурс]. URL : https://static.privatbank.ua/files/ (дата звернення: 18.10.2021).

УДК 340.69

Будник Л.А.
к.е.н, доцент, доцент кафедри безпеки та правоохоронної діяльності
Західноукраїнського національного університету
Лісецька Л.О.
студентка ПДЕБ-31
Західноукраїнського національного університету

СУДОВО-ЕКОНОМІЧНА ЕКСПЕРТИЗА У ГОСПОДАРСЬКОМУ ПРОЦЕСІ

Господарське судочинство вимагає широкого використання засобів доказування, серед яких важливу роль відіграє судова експертиза. Вона є способом дослідження наданих об'єктів для отримання відомостей про факти, що мають значення для справи.

Судові експертизи класифікують за різними ознаками, однією з яких є залежно від характеру спеціальних знань. В господарському процесі можуть бути застосовані різні експертизи, а саме: інженерно-технічна, товарознавча, економічна, екологічна тощо. Вважливе місце серед них належить економічній експертизі. В господарському процесі висновок судово-економічної експертизи іноді є єдино можливим засобом отримання доказів у справі і має важливе значення для справедливого судового розгляду.

Призначення і проведення судово-економічної експертизи в господарському процесі має свої особливості. Доцільно зазначити, що сторони судових спорів часто плутають висновки аудиторів, звіти та акти ревізорів, оцінювачів чи інших спеціалістів з висновками судової експертизи. Згідно статті 69 Господарського процесуального Кодексу України експерт може бути призначений судом або залучений учасником справи [1]. Проведення судової економічної експертизи доручають лише атестованим судовим експертам. Існує чітко визначений процесуальний порядок призначення таких експертиз і постановки експертам питань, який регламентують Господарський процесуальний кодекс, Інструкція про призначення і проведення судових експертиз та експертних досліджень [2]. Залучений сторонами спеціаліст не несе кримінальної відповідальності за наданий клієнтові висновок, акт тощо. Щодо судового експерта-економіста, то його попереджають про кримінальну відповідальність за завідомо неправдивий висновок відповідно до статті 385 Кримінального Кодексу України.

Процесуально-правовий статус експерта визначається відповідними господарськими процесуальними нормами. Експерт компетентний лише в своїй галузі спеціальних знань. Він не має права робити юридичні висновки чи давати юридичні оцінки наданим в матеріалах справи

доказам. Основним процесуальним обов'язком судового експерта є надання об'єктивного висновку з тих питань, які йому поставлені.

При призначенні експертизи судом в господарському процесі, експерта чи експертну установу обирають сторони за взаємною згодою. Якщо такої згоди не досягнуто у встановлений термін, суд самостійно визначає експерта [1].

Важливою умовою призначення судової експертизи є дотримання принципу незалежності. Гарантії незалежності судового експерта та правильності його висновку визначені статтею 4 Закону України «Про судову експертизу» [3]. Найважливішою умовою незалежності експерта є його процесуальна самостійність, яку гарантує процесуальний порядок призначення і проведення судово-економічної експертизи, можливість його відводу. Судовий експерт незалежний у виборі методів, засобів і методик експертного дослідження, які необхідні, з його погляду, для вивчення конкретних об'єктів судово-економічної експертизи. Керівник експертної установи може рекомендувати експерту скористатися тим чи іншим методом, засобом, застосувати ту чи іншу методику, проте право вибору залишається за останнім.

Завдання і перелік питань, які ставлять експерту під час призначення судової ексономічної експертизи, визначають виходячи з Науково-методичних рекомендаціій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень, які затверджені наказом Міністерства юстиції України № 53/5 [4].

Результатом судово-економічної експертизи є висновок. Це письмовий виклад дослідницьких процедур та загальних висновків експерта. Висновок судового експерта-економіста є рівноцінним з іншими доказами і не має завчасно встановленої сили, як і будь-який інший доказ, дозволяє встановити чи спростувати факти, які є об'єктом розгляду у суді.

В процесі перевірки і оцінки висновку судового експерта у Господарському суді визначають такі аспекти (рис 1). За результатами дослідження зазначених питань суддя може визначити висновок судового експерта: повним та обґрунтованим; не повним, в результаті чого може бути призначена додаткова експертиза; не обґрунтованим та призначити повторну експертизу; не врахувати під час винесення рішення.

Експерт отримує винагороду за виконану роботу, пов'язану із справою, якщо це не входить до його службових обов'язків. У випадках, коли сума витрат на оплату послуг експерта повністю не була сплачена учасниками справи попередньо або в порядку забезпечення судових витрат, суд стягує ці суми на користь експерта чи експертної установи зі сторони, визначеної судом відповідно до правил про розподіл судових витрат, встановлених Господарським процесуальним Кодексом.

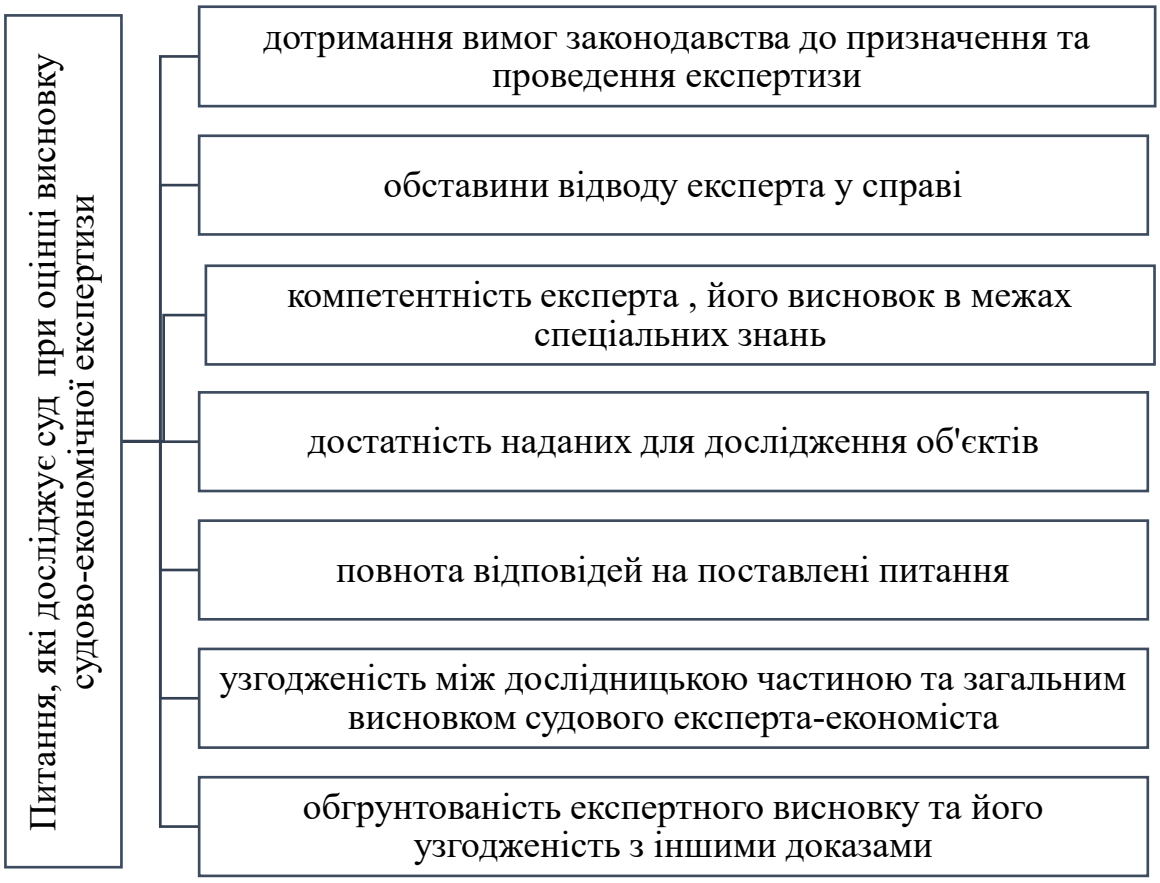


Рис.1. Питання, які досліджують в суді при оцінці висновку судового експерта-економіста.

Отже, судово-економічна експертиза є засобом доказування обставин справи. Заявляючи клопотання про призначення судово-економічної експертизи учасники господарського процесу мають на меті отримати докази своєї позиції та вияснити всі обставини справи.

Список використаної літератури:

1. Господарський процесуальний кодекс України від 6.11.1991р. (із змінами і доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 28.10.2021).

2. Інструкція про призначення і проведення судових експертиз та експертних досліджень, затверджена наказом Міністерства юстиції України 08.10.1998 № 53/5. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0705-98#Text (дата звернення: 9.11.2021).

3. Закон України «Про судову експертизу» від 25.02.1994р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text (дата звернення: 29.10.2021).

4. Науково-методичні рекомендації з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень, затверджені Наказом Міністерства юстиції України №53/5 від 08.10.1998р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0705-98#Text (дата звернення: 28.10.2021).

УДК 336.14

Волохова І.С.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри фінансів
Одеський національний економічний університет
Хищенко А.М.
студентка факультету фінансів та банківської справи
Одеський національний економічний університет

БЮДЖЕТНІ РЕСУРСИ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Сучасні реалії функціонування національної економіки ґрунтуються на розвитку інноваційної складової. Держава як основний суб'єкт здатна забезпечити гідні умови для нарощування та використання наукового потенціалу в аспекті стимулювання інноваційних розробок та зниження рівня інноваційних ризиків. Певною мірою успіх та рівень конкурентоспроможності України на світовому ринку інноваційних технологій залежить не тільки від своєчасного використання наукових здобутків в цій сфері, а і від рівня бюджетного фінансування наукових досліджень та капітальних видатків. На сьогоднішній день, в умовах ринкової економіки, вагома роль належить приватному сектору економіки, завдяки ефективній та результативній діяльності якого відбувається розвиток як певних територій, так і держави в цілому. Відповідно виникає потреба в стимулюванні інноваційної діяльності підприємств шляхом використання широкого спектру фінансових інструментів. Активізація інноваційної діяльності в контексті підвищення ефективного функціонування суб'єктів господарювання є досить актуальною. Інноваційна політика держави повинна засновуватись на певних економічних механізмах, в той час як інноваційне виробництво має дедалі більше ставати пріоритетним.

Дослідження щодо державної підтримки інноваційних підприємств знайшли своє відображення в наукових працях багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних вчених - економістів, зокрема В. Мельника, В. Гусєва, С. Чистова, Л. Федулової, А. Козлової, Б. Буркинського, Ю. Андрійчука, Н. Матіліної, В. Причепи, В. Хартмана, Р. Фостера, Б. Санто.

Відповідно до ст.2 Закону України «Про інноваційну діяльність» головна мета державної інноваційної політики спрямована на ефективне відтворення, розвиток та використання науково-технічного потенціалу країни, реалізацію нових видів конкурентоздатної продукції [3]. Згідно із положеннями цього закону одним із принципів державної інноваційної політики є фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної,

податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності. Вважаємо даний принцип одним із найголовніших, завдяки дотриманню якого, Україна поступово зможе інтегруватись в економічний простір розвинутих країн.

Одним із джерел фінансування інноваційної діяльності є кошти Державного бюджету України. Розглянемо, який обсяг фінансування припадав на фундаментальні та прикладні дослідження і розробки в галузях економіки України в період з 2016-2020 рр. (табл.1)

Таблиця 1.

Динаміка обсягу видатків Державного бюджету України на фундаментальні та прикладні дослідження і розробки в галузях економіки, млн. грн.

	2016	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Економічна, торгівельна та трудова діяльність	5,8	9,7	9,6	190,3	21,9
Сільське господарство, лісове господарство та мисливство, рибне господарство	817,0	1308,6	1367,0	1123,0	1368, 7
Паливно-енергетичний комплекс	5,3	6,1	6,8	-	5,9
Промисловість та будівництво	5,0	6,4	6,5	6,7	7,4
Інші галузі економіки	177,0	80,1	130,5	78,5	69,0
Всього	**1010,1**	**1410,9**	**1520,4**	**1398,5**	**1472,9**

Відповідно до даних табл. 1 можемо спостерігати стабільну тенденцію щодо зростання обсягів фінансування. Так, у 2020 році порівняно з 2016 роком обсяг фінансування фундаментальних та прикладних досліджень і розробок в галузях економіки зріс на 462,8 млн. Точкою максимуму є 2018 рік, через перерозподіл та значний зріст видатків на сільське, лісове, рибне господарства, мисливство, та на інші галузі економіки. В загальній структурі видатків найбільше бюджетних ресурсів виділяється на дослідження в сфері сільського, лісового, рибного господарств та мисливство (в середньому 87,4%). Натомість найменший обсяг бюджетних коштів припадає на паливно-енергетичний комплекс (в середньому 0,4%). Такий розподіл видатків на фінансування інноваційної діяльності обумовлюється тим, що Україна спеціалізується на сільському господарстві та має потужний агропромисловий комплекс.

За сучасних умов економічного розвитку одними із найрозвинутіших країн з досить високим рівнем в сфері інновацій та технологій є Німеччина, США та Японія, діяльність яких спрямована на всебічне

стимулювання, захист та підтримку наукових розробок та інновацій. Так, наприклад інноваційна політика Федерального уряду Німеччини характеризується забезпеченням робочих місць, зміцненням конкурентоспроможності та вирішеннями глобальних проблем, в той час як політика спрямована на стійкий економічний режим та зниженням споживчих ресурсів [1].

У США велика увага приділяється міжнародному співробітництві в інноваційній діяльності, співпраці бізнесу та науково-дослідницьких організацій, розвитку державно-приватного партнерства. Японська модель фінансування науки та інновацій використовує певні інструменти: пільгове оподаткування, пільгові кредити, надання субсидій державним цільовим фондам та державним університетам з метою підтримки наукових досліджень [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що державне регулювання інноваційної діяльності повинне мати орієнтир на формування взаємозв'язків між науковими дослідженнями, бізнесом та державою з метою створення нових інноваційних технологій на підприємствах. Бюджетні ресурси держави є вкрай важливими для фінансування науково-дослідної та інноваційної діяльності, саме це сприятимете підвищенню конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Лігузова В.О. Баклаженко Ю.В. Світовий досвід державної підтримки інновацій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://global-national.in.ua/archive/18-2017/10.pdf (дата звернення: 20.10.2021 р.)
2. Паламаренко Я.В. Концептуальні положення державного регулювання інноваційних процесів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/58.pdf (дата звернення: 20.10.2021 р.)
3. Про інноваційну діяльність. Закон України від 05.12.2012 р. № 40-15. – [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15 (дата звернення: 20.10.2021 р.)

УДК 004. 67: 330. 33. 001.76

Грінько А.П.
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна
Белявцева В.В.
д.е.н., керівник апарату Харківської обласної державної дміністрації

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ ТА БІЗНЕСУ

Інноваційна розвиненість на рівні організації безпосередньо залежить від інноваційної прогресивності країни: особливості зовнішнього середовища, наявності інфраструктури, рівня опрацювання та актуальності нормативно-правової бази, що формують умови для успішного розвитку бізнесу і створення конкурентоспроможної високотехнологічної продукції на території держави.

Якщо звернути увагу на рейтинги інноваційного розвитку, які розраховуються зарубіжними аналітичними інститутами або агенціями, вважаємо за необхідне виділити рейтинг розвитку інновацій та цифровізації економіки, глобальний індекс інновацій, а також індекс економічної свободи. Так, за розрахунками «сучасні реалії українського суспільного життя яскраво демонструють високу залежність бізнесу в Україні від зовнішніх умов, а показник України перебуває в зоні «невільні». Україна у 2020 році за рейтинговою оцінкою посіла 127 місце серед 178 країн світу, а її індекс економічної свободи склав 56,2 бали із 100 можливих» [1, с.77]. Ми підтримуємо думку, що «вітчизняній економіці необхідно переходити з існуючої моделі, до якої звикло населення, до нової цифрової економіки майбутнього. Це дозволить підвищити економічну свободу країни та успішність розвитку економіки в цілому» [1, с.78].

На думку McKinsey, щоб домогтися синергії від зростання цифрової економіки, держави і бізнесу слід спільно впроваджувати і адаптувати інноваційні технології. При цьому роль держави дослідники бачать в «пропаганді інновацій», створенні та розширенні фондів співфінансування, розвитку цифрових послуг і підвищенні цифрової грамотності населення [2]. Багатьма вченими також відзначається, що головним драйвером розвитку світової економіки є розвиток і використання інновацій. Щоб визначитися з працюючими рішеннями в області розвитку інноваційного потенціалу країни, важливо звернути увагу на успішний досвід інших держав.

Наочним прикладом може стати Сінгапур, держава, яка після здобуття незалежності в середі XX століття, перебувала в непростих економічних умовах. Керівництво країни взяло амбітне рішення перетворити країну в один із найважливіших інвестиційних і фінансових центрів Азії, що вдалося успішно реалізувати: лідерські позиції в різних світових рейтингах (індекс економічної свободи – 2 місце, Doing business - 2 місце, Індикатор інновацій – 2019 – 2 місце, індекс інновацій – 7 місце) дозволяють усвідомити, що Сінгапур - одна з найбільш гнучких, технологічно та інноваційно розвинених держав на планеті.

Близькосхідна держава Ізраїль також дотримується продуманої інноваційної політики, яка стимулюється припливом висококласних фахівців з інших країн. Вже на сьогодні понад 11% ВВП Ізраїлю складається з високотехнологічної продукції. До того ж, більше половини експорту припадає на товари категорії хай-тек. Система вищої освіти Ізраїлю передбачає першочергове заохочення інноваційних розробок. Так, в умовах, коли університети не мають права займатися комерційною діяльністю, при кожному такому закладі працює компанія або департамент трансферу технологій, деякі з яких здатні приносити прибуток на впровадженні університетських інновацій.

Разом із цим важливо звернути увагу на успішний досвід західних держав. У даному випадку знаковим прикладом може виступити Швейцарія, яка є однією з найбагатіших і розвинених країн планети завдяки пріоритетності інноваційного шляху розвитку. Швейцарська інноваційна політика передбачає забезпечення підприємців доступом до джерел фінансування. Так само, як і в Ізраїлі, при швейцарських університетах діють центри трансферу технологій, які поряд з численними технопарками і стартап-центрами дозволяють вибудувати цілісну систему підтримки інновацій. Так, наприклад, в стартап-центрах є можливість орендувати приміщення на пільгових умовах на початкових етапах функціонування проекту, використовувати загальну матеріально-технічну базу і отримувати консультації фахівців. Це багато в чому схоже на технологічні «теплиці» в Ізраїлі.

Іншим західним прикладом може послужити Швеція, яка сформувала досить вдалу управлінську модель, що включає в себе свободу закладів вищої освіти в комерціалізації створених ними інновацій і інструменти, що дозволяють суспільству і державі отримувати від цього користь. Так, відповідно до Закону «Про вищу освіту», ЗВО зобов’язані взаємодіяти з суспільством і надавати інформацію про свою діяльність у формі звіту. При цьому з 1996 р шведські університети мають право на ведення інноваційної комерційної діяльності.

Взаємодія університетів і бізнесу може мати різну форму. У шведських вузах створюються спеціальні підрозділи, що займаються комерціалізацією інновацій, формуються департаменти, які консультують з

економічних та юридичних питань студентів та професорсько-викладацький склад, відкриваються холдингові компанії. При цьому шведський уряд не втручається в комерційну діяльність вузів.

Додатковим інструментом співпраці шведського бізнесу, університетів і держави є центри експертизи. Завдання таких центрів - сприяння проведенню проблемно орієнтованих міждисциплінарних досліджень, а також перетворенню нових знань і компетентностей в нові продукти, процеси та послуги.

У таких умовах важливо враховувати, що конкуренція – двигун інновацій, і створення умов для чесної конкуренції, усунення державно-монополістичних тенденцій і проявів стримування творчого руйнування дозволить побудувати твердий фундамент для формування прогресивного інноваційного середовища на рівні держави.

У той же час є досить наявним те, що вітчизняні проблеми в цифровізації та інноватизації економіки при значному відставанні від світових лідерів, пояснюються пробілами нормативної бази і недостатньо сприятливим середовищем для ведення бізнесу та розвитку інновацій і, як наслідок, низьким рівнем застосування цифрових технологій бізнес-структурами.

Отже, логічним є висновок, що для успішного інноваційного розвитку керівництву країни необхідно посилювати творчий вплив держави, який полягає в наступному: підтримка високотехнологічних проектів на ранніх стадіях розвитку (гранти і конкурси, співфінансування, субсидування), дебюрократизація процесів взаємодії держави і бізнесу, спрощення систем обов’язкового нормування, допуску на ринок, контролю і нагляду; посилення позицій вітчизняної вищої освіти: створення умов для ефективного трансферу технологій, комерціалізації університетських проектів (формування інфраструктурних умов для творчих проривів і винаходів у вітчизняних ЗВО), підвищення якості освіти та оновлення наукових кадрів, створення університетських наукових центрів, інноваційно-технічних об’єднань, тісна робота з бізнес-спільнотою тощо.

Список використаної літератури:

1. Гринько П.Л. Управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки: теорія, методологія, практика: монографія. Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2020. 342 с.

2. Explore the interactive database of the GII 2018 indicators / Global innovation index official website / URL: https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator.

3. Country Rankings / Heritage foundation / URL: https://www.heritage.org/index/ranking.

УДК 368.02

Гнип Н.
к.е.н., доцент кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Карпішина А.
Студентка ІІІ курсу
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський банківський інститут»

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Через настання у сучасності умов глобалізації необхідною складовою для розвитку підприємств стає постійне оновлення технологій та програм, задля забезпечення конкурентоспроможності та сучасності процесів виробництва. Для страхових компаній дані тенденції є більш актуальними. Процес діджиталізації зумовлює швидкий розвиток страхової діяльності через можливість підвищити ефективність, створити нові види послуг, покращити канали зв'язку з клієнтами, покращити захищеність даних. З розвитком загального рівня технологій зростає актуальність їх застосування в усіх сферах економіки, особливо у сфері страхування. Використання новітніх технологій дає багато можливостей для страхових компаній покращувати бізнес-процеси та налагоджувати нові канали збуту. Вплив глобалізації на страхову сферу можна розглянути серед таких процесів: концентрація на ринку страхових посередників, зміна попиту на масові страхові послуги, розширення використання приватного комерційного страхування, зміни традиційних форм і видів страхових послуг тощо.

Відповідно до зростання ролі цифрових технологій у повсякденному житті, зростає й необхідність у них. Для того, щоб зберігати позитивний рівень конкурентоспроможності та фінансової стійкості, компанії впроваджують інновації у звичайну діяльність, тим самим створюючи нові види послуг для залучення клієнтів, налагоджують канали з'єднання оператора та клієнта, створюють мобільні додатки та веб-сайти для користування послугами, не відлучаючись від роботи. Усі зазначені заходи позитивно впливають на ефективність діяльності компаній, проте в Україні досі не мають повноцінного законодавчого підкріплення. Коротко можна виокремити такі проблеми: невідповідність міжнародним стандартам, недостатня прозорість і захищеність інформації, недостатня оснащеність виробництв та компаній новітніми технологіями тощо. У майбутньому запровадження іноземного досвіду дасть можливість підвищити ефективність діяльності страхових компаній, збільшити їх прибутковість,

поширити застосування технологій серед громадян, залучення іноземних інвесторів та багато іншого.

Актуальність процесів цифровізації та інтернетизації страхової діяльності підкріпляється статистичними даними про ступінь поширеності новітніх технологій у процесах страхування. Основний напрямок розвитку – це поява діджитал-страхування, що зумовлено активним поширенням мобільних пристроїв та інших цифрових носіїв. У результаті компанії підвищують ефективність і швидкість роботи, зменшують витрати шляхом зниження комісійних втрат та скорочення штату робітників, збільшують якість пропонованих послуг, і, як наслідок, збільшують прибуток.

З аналізу сучасного стану цифровізації української економіки, можна зробити висновок, що лідируючі позиції займають технології інтернетизації бізнес процесів (використовують 93% компаній), технології великих баз даних (57% компаній) та нових виробничих технологій (47% компаній).

Рівень цифровізації зумовлений попитом компаній усіх сфер на сучасні програми та технології, бізнес-процесами всередині компанії. Таким чином найбільшим показником використання цифрових технологій став продаж програм, зокрема програм страхування. Дані програми забезпечують компаніям ще один канал збуту – інтернет-продажі страхових послуг. Аналітики підтверджують позитивну динаміку збільшення обсягів використання цифрових технологій завдяки поширенню IT-продуктів та розвитку інтернет-страхування. Розглянемо тенденцію за найближчі роки на рисунку 1.

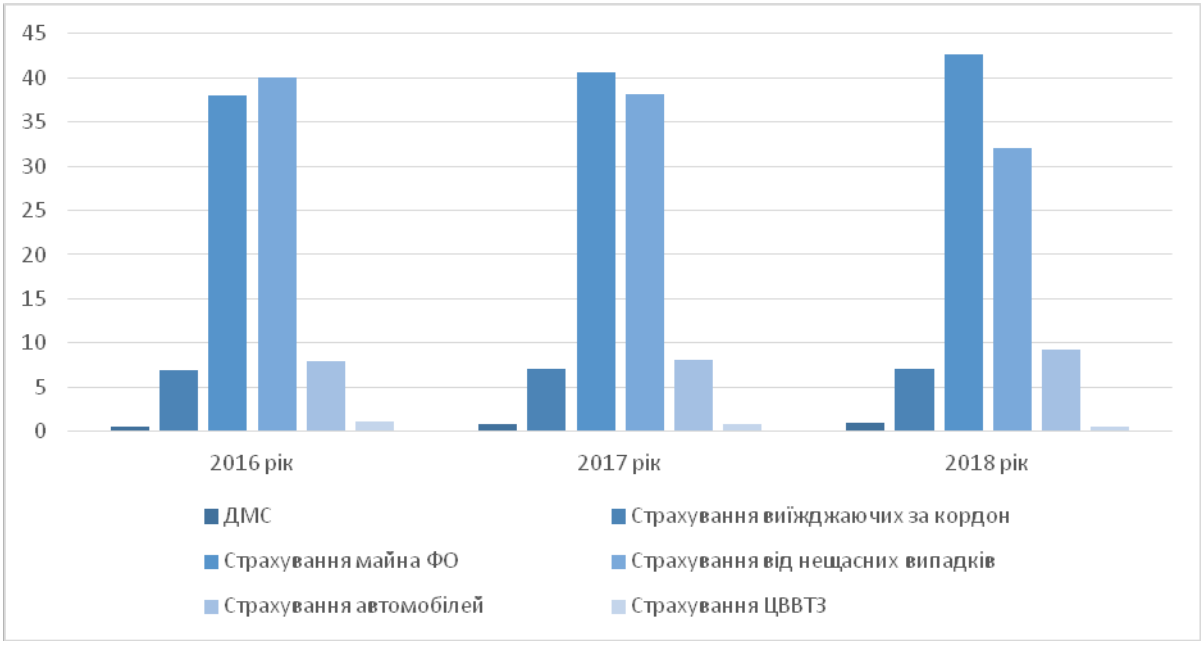


Рис. 1 Структура інтернет-страхування [1]

З 2016 року більше 70% страховиків запустили онлайн-сервіси та розробили страхові магазини по різноманітним видам страхування [2]. За даними діаграми, найбільші темпи зростання має добровільне медичне страхування (ДМС), і за розглянутий період показник зріс на 94%. Також щороку збільшуються обсяги страхування майна фізичних осіб (+1,5% у 2017 році та +4,7% у 2018). Прослідковується тенденція збільшення обсягів автострахування КАСКО, що зумовило приріст премій на 41%.

Розгляд загальної динаміки користування електронними пристроями та технологіями свідчить про те, що за розглянутий період кількість страхових компаній, що користуються сучасними технологіями, зросла більше ніж на 20% та їх частка на ринку наразі складає близько 92% [3]. Дана тенденція пов’язана з масовими вкладами страховиків у розробку та забезпеченість IT-системами і сервісами. Так, завдяки розширенню електронного каналу збуту через комп’ютерні мережі, мобільні додатки та інші телекомунікаційні системи, з’являється можливість не тільки зв’язуватись з клієнтом по телефону, але й створювати масштабні страхові магазини [4]. Такі онлайн-продажі підвищують доступність страхових послуг, збільшують якість обслуговування страхувальників, що позитивно впливає на попит на різні види страхових послуг.

Таким чином, автоматизація роботи, цифровізація та інтернетизація бізнес-процесів позитивно впливають на страхову сферу в Україні. За умови збереження позитивної тенденції розвитку цифрових технологій, активно збільшуватиметься поширеність та дохідність страхових послуг. В умовах глобілазції у страхових компаній з’являється багато можливостей, особливо щодо залучення іноземних інвесторів у справу. З підтримкою інновацій та інших цифрових технологій, ринок страхових послуг в Україні буде надалі розвиватися.

Список використаних джерел:

1. Пашкова Е. Н. Тенденції інтернет-страхування в умовах цифровізації економіки. Економічні науки. 2019. №6. С. 14–17.

2. Обухова А. С. Роль цифрових технологій в трансформації ринку страхових послуг. Індустріальна економіка: Науково-практичний журнал. 2020. №2. С. 37–42.

3. Фіщук В. В. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою . Український інститут майбутнього. 2018. [Електронний ресурс]. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-2

4. Дем'янчук М. А. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій. Інфраструктура ринку. 2018. №25. С. 272–278.

5. Porter M. The competitive advantage: Creating and sustaining performance. New York: The Free Press, 1985. 580 p.

УДК 368.4

Гнип Н.О.
к.е.н., доц., доцент кафедри банківського бізнесу
та фінансових технологій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. В.Н. Каразіна
Туінова Т.І.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО СТРАХОВОГО РИНКУ

Нинішні процеси економіки держави потребують змін в економіці, які визначають потребу росту ринку страхування. В нинішньому підприємництві здійснюється створення продуктивної структури засобів, цілеспрямованих на зростання ступеня конкурентоспроможності страхових товариств, а також надання конкурентоспроможних послуг не тільки в середині держави, а й за її межами [1].

Страхові підприємства власноруч створюють власні ідеї політики та фінансово-економічного росту, та опрацьовують внутрішні грошові системи, що призводять до успішного розвитку страхових організацій. Під час створення та розквіту страхового ринку, компанії зуміли трудитися ефективно та безпечно, мали економічну можливість реалізовувати прогнозну планову діяльність. Це призводить до використовування нинішніх способів економіко-математичного моделювання, тобто способів кореляційного та регресійного аналізу, сучасного математичного програмування, технології моделювання тощо.

Велика робота присвячена вивченню проблем і тенденцій розвитку страхового ринку. Базилевич, Н.М. Внукова, О.О. Тереченко, Л. М. Горбач, О.Д. Заруба, С.С.Осадець, В.В.Ковальова, .А. Клепікова, Д. Д. Хемптон, Є.Ф. Бригам, А.І. Гінзбург, М.А.Зайцева, Л.Рейтман, Т.А. Федорова, .К. Шаххова та інші.

Не беручи до уваги велику кількість питань, поставлених у роботах науковців, питання розпланування та подальшого вдосконалення українського страхового ринку вимагає наступного опрацьовування. Особливу увагу слід приділити комплексним питанням аналізу операційної, фінансової та інвестиційної діяльності з урахуванням різних зовнішніх та внутрішніх факторів ризику. Також можна прогнозувати подальші дослідження у таких аспектах, як аналіз, прогноз безплідності у таких аспектах, як аналіз, дослідження тонусу. [2].

Місце ринку страхування у грошовій системі визначається функцією різноманітних фінансових закладів у фінансуванні страхового захисту та їх

вагомість як засобів розстановки вкладень страхових структур та страхування тощо.

Особливості страхування характеризує прямі стосунки страхового ринку з фінансовими підприємствами, фінансовими домогосподарствами, банківською системою, бюджетом країни та іншими фінансовими структурами. Страхувальниками та споживачами страхових продуктів виступають відповідні фінансові установи. Між страховим ринком і державними органами та між державними позабюджетними ресурсами встановлюються також специфічні відносини, пов'язані з організацією обов'язкового страхування.

Страховий ринок в Україні сьогодні нерівномірний і ми відзначаємо наявність багатьох проблем, властивих іншим секторам фінансового ринку (наприклад, проблеми економічного, організаційно-правові), інша частина характерна безпосередньо страховому ринку.

Значну частину таких проблем можна пояснити насамперед прагнення страхових компаній максимізувати свій прибуток, не звертаючи уваги на довгострокові інтереси галузі та професійну етику.

До таких питань належать:

• поштовх державної політики у цій сфері, що передбачає невідповідність вітчизняного законодавства міжнародним стандартам;

• низький рівень потреби фізичних та юридичних осіб у страхових послугах через кризу та нестабільну ситуацію в країні;

• невисокий ступінь страхових розрахунків та вигідності поодиноких видів страхування;

• надійні фінансові інвестиційні програми та реальні механізми довгострокового розміщення страхових резервів;

• нерозвиненість національної страхової інфраструктури та слабкі зовнішньоекономічні зв'язки України у сфері страхування з іншими країнами;

• низькі показники конкурентоспроможності українських страхових компаній та значна вартість їх діяльності;

• недостатнє регулювання страхового посередництва.

Перераховані вище проблеми можуть бути негативним впливом певних факторів, таких як: економічна стабільність в країні, неплатоспроможність населення, відсутність фінансових ресурсів, реалізація монополії, висока інфляція, що перешкоджає використанню цінних паперів як категорії активів для захищеного розміщення страхових резервів.

Однак не можна забувати, що в Україні та на страховому ринку є значний потенціал розвитку, який насамперед вимагає детальної оцінки всіх доступних варіантів сталого розвитку в рамках євроінтеграційних процесів. Для покращення ситуації необхідні наступні ходи:

• відродження ставлення жителів до страховиків, що потребує серйозності, після оцінки потенційних клієнтів, запоруці повороту вкладень та відсотків, нарахованих на них;

• посилення контролювання за роботою страховиків з боку страхових регуляторів, використання ними нетривалих заходів для відвертання неплатоспроможності страховиків;

• покращення структурної організації та утворення інфраструктури ринку страхування на рівні усіх;

• вдосконалення механізму формування страхових резервів, системи розміщення страхових резервів;

• створювати нові, ефективні та привабливі форми фінансових послуг для населення, особливо такого, як надання кредитів під заставу страхових полісів;

• інформування населення через ЗМІ про стан страхового ринку та на національному рівні.

Враховуючи сучасні проблеми розвитку страхування, можна зробити висновок. Страховий ринок в цілому являє собою складну систему, що складається з ряду пов'язаних і взаємозалежних підсистем. Звідси випливає, що упродовж попередніх періодів становище на ринку українських страхових відносин створилося несприятливе. Негативні результати нестатку привели до сповільнення підвищення доходу страхових компаній, зменшення потреби жителів в послугах страхування. Не зважаючи на це страховий ринок України має значний запас - це здійснення новітніх перспектив для його піднесення.

Список використаної літератури:

1. Клепікова О.А. Дослідження динаміки розвитку страхового ринку України як складової світового ринку страхових послуг / О.А. Клепікова // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – Одеса: Астропринт, 2010. – Т. 15. – Вип. 20. – с. 101–111.

2. Фурман В.М. Страхові послуги для населення // Фінанси України. – 2010. – № 4

УДК 65.016

Гнип Н.О.
к.е.н, доцент кафедри банківського бізнесу
та фінансових технологій
Шевченко Д.Ю.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Актуальність даної теми дослідження зумовлена тим, що будь -яка ситуація чи кризова подія впливають на діяльність страхових компаній і повинні бути розглянуті ними для досягнення позитивного фінансового результату і захисту населення країни. У 2020 році важливим фактором, який вплинув на життя всіх країн, включаючи Україну, стала пандемія COVID-19. У Китаї коронавірус почав поширюватися наприкінці 2019 року дуже далеко від країни. 11 березня 2020 року Всесвітня організація охорони здоров’я оголосила пандемію Коронавірусу COVID-19, від якого 27 вересня 2020 року постраждало понад 32,9 мільйонів людей [1].

Це оголошення стало стимулом для скасування рейсів, закриття кордонів, порушення ланцюжків поставок, припинення виробництва, перехід вищих навчальних закладів та шкіл на дистанційне навчання.

Таке життя стало новою реальністю, пов'язаною з великими втратами у всьому світі економіки. Люди, які втратили роботу, пасажири, поїздки яких були скасовані, компанії, які були змушені це зробити припинили надавати свої послуги, і багато хто намагається компенсувати втрачений дохід. Страхові компанії змушені були вирішувати позови фізичних та юридичних осіб вони з кожним днем стають все більшими [2].

За даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту, до 2020 року авіакомпанії по всьому світу потерпіли збитків понад 100 мільярдів доларів. Як тільки іноземний туризм зазнав перших втрат пандемії, клієнтам, якщо поїздки були заплановані, але страховий поліс не видано, слід було негайно придбати політика. Пізніше було виявлено, що будь -яка затримка з придбанням страхового полісу призвела до ще більших збитків.

В середині березня 2020 року багато страховиків опублікували інформацію про зміни на своїх веб-сайтах та у політиці щодо коронавірусу.

Страховики Китаю, які працюють у сегменті медичного страхування, посіли перше місце. Деякі компанії розширили покриття існуючих страхових полісів для оплати лікування або можливості здійснити оплату у разі смерті через COVID-19. Один із найбільших страховиків життя

розпочав особливу програму передоплати за існуючими договорами страхування та 10 мільйонів доларів страховим агентам безкоштовних полісів, страхова сума кожного становить близько 10 мільйонів доларів. Інші медичні страховики запустили "програми реагування у надзвичайній ситуації" для надання оперативних рішень щодо вимог до страхувальників [3].

Медичні працівники та журналісти отримали додаткове висвітлення, яке працює в найбільш постраждалому районі провінції Хубей. Представлений у Сінгапурі та Гонконзі. Подібні механізми включають безкоштовне включення додаткового покриття ризику COVID-19, хоча пандемія там має набагато обмежений характер.

В Італії, яка була однією з перших країн, що захворіли на коронавірус, і в ряді інших європейських країн, великі страховики вже розробили окрему політику безпосередньо для страхувальників від ризику COVID-19.

Оскільки пандемія торкнулася кожного куточка України, слід зазначити, що страховики потребують звернутися до уряду з пропозицією створити спільні програми. Страховики, що страждають від епідемії, виплачують компенсацію, що в 2-3 рази більше, ніж сума зібраних премій і більше, ніж частка страховиків яка покривається державою [4].

Також слід звернути увагу на збільшення кількості кібератак через віддалений формат роботи. Часто пристрої та мережі, в яких співробітники виконують свої завдання на відстані, більш вразливі для кіберзлочинності, ніж офісна інфраструктура. Крім того, хакери часто використовують цікавість та боязнь користувачів Інтернету з ціллю зібрати конфіденційну інформацію. Згідно з офіційним щорічним звітом про кіберзлочинність буде випущена Cybersecurity Ventures по всьому світу до 2021 року збиток від кіберзлочинності складе 6 трильйонів доларів, що більш ніж удвічі більше, ніж у 2015 році.

Тому ймовірно, що шкода, заподіяна COVID-19, досягне очікуваного рівня. Водночас незрозуміло, наскільки страхове покриття компенсує економічні збитки в Україні. З точки зору кіберстрахування, компанії повинні очікувати від андеррайтерів більш глибокого аналізу, щоб дослідити загальну стійкість підприємства, для оцінки ефективності заходів безпеки, що застосовуються до IT -платформ, де співробітники працюють віддалено. Страховики також змушені розраховувати, наскільки технологічна залежність може вплинути на здатність власників страхування реагувати на невдачі.

Буде доречним зауважити, що в умовах пандемії, традиційних страховиків чекає серйозна трансформація їх бізнесмоделей з більшою орієнтацією на інтереси і потреби страхувальника, що зробить цей фінансовий інструмент доступнішим для нового покоління клієнтів [5].

Очевидно, що гравцям галузі належить підсилювати механізми нормативно-правового характеру для забезпечення конфіденційності даних, лобіювати співробітництво між регулюючими органами на світовому рівні і реалізовувати освітні програми для населення з метою підвищення їх страхової грамотності. Цей шлях оновлення в страхуванні, як і в будь-якій іншій галузі, не буде легким, але для збереження та зміцнення позицій на ринку він є неминучим.

У висновку слід зазначити, що в контексті пандемії були створені інновації для українського страхового ринку. Умови праці, які з одного боку загрожують, а з іншого створюють можливість. Страхові компанії розробили нові програми страхування, тобто медичне страхування, матеріальна допомога у разі COVID-19. Держава надає допомогу Соціальному фонду страхування через зростання безробіття.

Пропонується створення спільних програм для страхування від пандемічних ризиків для формування партнерства між державними органами та страховими компаніями. Під час пандемії страхові компанії мають можливість зміцнити свої позиції на ринку та інтегрувати технології у бізнес, комерцію, онлайн та офлайн канали, впроваджуючи технології блокчейну, штучного інтелекту тощо.

Список використаних джерел:

1. Дослідження функціонування страхового ринку України в умовах пандемії // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/69.pdf (дата звернення 17.09.21)

2. Фесенко Н. В., Яремченко Л. М. Стан та перспективи функціонування страхового ринку України в умовах глобалізації. Економіка та держава. №8/2019. с. 28-34. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2019/7.pdf (дата звернення 17.09.21)

3. Баранов А. Л. Особливості застосування вартісно-орієнтованого підходу в управлінні страховою компанією. Фінанси, облік і аудит. 2018. Випуск 2 (32). с. 20-36. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34002/faa32_2.pdf?sequence (дата звернення 17.09.21)

4. Козьменко О. В. Поведінка страхових компаній на інвестиційному ринку: досвід України та Німеччини. Вісник Національного банку України № 11. 2013. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2013_11_4 (дата звернення: 17.09.2021)

5. Страхування у разі коронавірусу COVID-19: веб-сайт СК «ВУСО» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://covid19.vuso.ua/ (дата звернення: 17.09.2021)

УДК 658:656

Городецька Т.Е.
к.е.н., доцент, доцент кафедри транспортних технологій та логістики
Державний біотехнологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Зміни сучасних методів і підходів управління і поширення їх на всі компоненти системи управління транспортним підприємством набувають особливого значення в ринкових умовах. Будучи багатоваріантним, альтернативним типом діяльності, інноваційний процес є комплексом пов'язаних між собою явищ - від появи наукової ідеї до її комерціалізації.

В умовах ринкової економіки будь-яке підприємство (організація) самостійно визначає свою інноваційну стратегію та організаційну структуру, вибирає вид технології, що змінюється, підбирає необхідне технологічне обладнання та залучає в оборот необхідну кількість матеріальних та нематеріальних ресурсів. Такий підхід не завжди застосовується на підприємствах транспорту, оскільки продукція транспорту має особливу нематеріальну форму та надається в формі послуги. Тому інновації на транспорті в більшості випадків пов’язані з цифровою трансформацією транспортної та логістичної галузей. Як напрямки можна виділити:

- перехід транспортної системи на більш розвинений технологічний рівень вантажних та пасажирських перевезень, що включає грамотну автоматизацію та інформатизацію всіх відділів транспортної системи у зв'язці «пасажири/вантажі - управління;
- уникнення автоматизації окремих процесів до абсолютної автоматизації з метою зменшення витрат ручної праці та витрат тимчасового порядку;
- підвищення ефективності та зниження собівартості перевезень;
- створення екологічно чистого транспорту, наділеного потенціалом організовувати надшвидкісний рух.

Особливий інтерес являють собою інноваційні технології у сфері автомобільного транспортного комплексу До таких відносять платні автомобільні дороги. Введення платних автомобільних доріг дозволяє розвантажити основні транспортні вузли, скоротити кількість пробок на годину пік.

Для вирішення завдань із цифрової трансформації бізнес-процесів, експертної діагностики готовності підприємства (організації) до цифрової трансформації, необхідно обґрунтувати необхідність та визначити мету проекту; докладно вивчити характеристики нової технології, продукції тощо; визначити терміни і ресурси виконання окремих етапів, проекту

загалом (практики вважають, що термін понад три роки пов’язаний з великим ризиком провалу проекту). Під час реалізації необхідно здійснювати систематичний моніторинг, оцінку і складати звіти виконання проекту.

Перехід від традиційної практики управління проектами до моделі управління проектним циклом для реалізації проектів у сфері транспорту обумовлений існуванням негативних аспектів, які унеможливлювали ефективне впровадження найкращих ідей у цій сфері, а саме [1, с. 60]:

- недостатньо аргументоване і нечітке визначення проблеми;
- нечітке визначення цільової групи;
- відсутність посилань на досвід розв'язання визначеної проблеми (проблеми в інших регіонах/містах і за кордоном);
- відсутність прогнозу наслідків вирішення проблеми;
- слабке розроблення структури мети;
- відсутність логічного зв’язку між проблемою і цілями програмно-цільового документа;
- неможливість вимірювання та визначення реалістичності досягнення цілей та завдань проектів та програм;
- цілі не відбивають отримувану корисність;
- відсутність оцінки програм/проектів та індикаторів оцінювання;
- відсутність аналізу ризиків проектів та програм;
- невизначеність та загальний характер результатів від впровадження проектів та програм.

Особливості інноваційної діяльності транспортних підприємств випливають із її принципів: системності при якому інноваційна діяльність розглядається як складна динамічна система, що включає в себе взаємопов'язані елементи; невизначеності, оскільки процес впровадження інновацій зазнає впливу систематичних і випадкових факторів; адаптивності - передбачає можливості системи сприйняти те чи інше нововведення; і міцності, що передбачає наявність у системи не тільки необхідних для інновації ресурсів, а й резервів, необхідних на випадок непередбачуваних ситуацій, а також оптимального поєднання цілей та завдань інноваційних проектів.

Основним критерієм управління якістю та ефективністю транспортного виробництва є інтегральна якість. Його застосування обумовлено наявністю в системі вантажного та пасажирського руху неоднакових сукупностей простих натуральних показників якості для різних рівнів управління та виконання робіт. Інтегральний показник якості транспортної продукції безпосередньо відображає як покращення чи погіршення її споживчої вартості, так і збільшення чи зменшення витрат, які для цього виділяються. В короткому періоді часу тенденції розвитку якості перевезень зазнають коливань, що пов’язано зі зростанням витрат суспільної праці на посилення матеріально-технічної бази транспорту [2].

Враховував пряму залежність загальної ефективності підприємства від ефективності управління, переламати негативні тенденції та поліпшити ситуацію можливо, якщо зробити управління транспортним підприємством гнучким і мобільним, оперативно й адекватно реагуючим на зміни зовнішньої та внутрішньої середи підприємства, тобто процесо-орієнтованим.

Основу управлінських інновацій транспортного підприємства складають сучасні методи управління до яких належать:

- впровадження системи менеджменту якості;
- розробку збалансованої системи показників;
- процесне та проектне управління, бюджетування;
- реінжиніринг бізнес-процесів;
- оптимізацію організаційної структури;
- використання інформаційних корпоративних систем.

Таким чином, на сучасному етапі характер інноваційної діяльності вимагає від підприємств транспортного комплексу нових якостей, що гарантують успішність та безперервність її реалізації за умов зростання невизначеності. Оскільки підприємства та їх об'єднання є господарськими системами, які безперервно розвиваються, то у процесі їх інноваційного розвитку доводиться враховувати вплив різних зовнішніх факторів на успішність інновацій, стежити за їх впливом на функціонування системи, її структуру та ефективність при прийнятті управлінських рішень. Все це разом із специфікою самої транспортної системи формує особливості системи управління інноваційною діяльністю компаній транспортної та логістичної галузей.

Список використаних джерел:

1. Управління проектами розвитку : навчально-методичний посібник / [Т.І. Євтухова, Ю.В. Легенько, Р.І. Міщенко та ін.]. – Київ : ДП «Укртехінформ», 2013. – 291 с.

2. Кірдіна О.Г. Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку залізничного комплексу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2012_3_1/110-114.pdf

УДК 338. 4

Григорян Олександра
аспірантка кафедри банківської справи і фінансових послуг,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна
e-mail: aleksandra.gry.jee@gmail.com

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙ

Анотація. На сьогодні світовий ринок диктує умови, при яких економіка України стоїть перед необхідністю переходу до інноваційного шляху розвитку, який доцільно розглянути, як підґрунтя забезпеченості соціальної стабільності суспільства незалежно від проблем (економічних, соціальних, медичних) .

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, цифрова економіка, нововведення.

Вступ. У сучасних умовах господарювання інноваційна діяльність є потужним каталізатором розвитку економіки, модернізації техніки, технології виробництва, оновлення товарного асортименту, вдосконалення систем організації і управління, що дозволяють підприємствам адаптувати свою продукцію, послугу до вимог ринку, скоротити витрати, стабілізувати і покращити фінансово-економічні результати. Вижити, здобути фінансову стійкість підприємства дозволять нові ідеї, прогресивні технології, своєчасні організаційні рішення. Наразі Кабінетом Міністрів схвалено «Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності до 2030 року», згідно якої визначено напрями розбудови інноваційної інфраструктури, створення сприятливого правового поля для інноваційної діяльності, надання механізмів перетворення креативних ідей на інноваційні продукти. [6]

Аналіз досліджень та постановка завдання. Різні аспекти діагностування інноваційного процесу та методичне підґрунтя його розвитку розглядаються у працях таких науковців, як Й. Шумпетер [7], А. В. Мельник, О. В. Гук [4], Н. М. Внукова. [1].

Мета. Систематизації поглядів на зміст та економічну сутність інновацій як економічної категорії.

Виклад. Інновації розглядаються: як розвиток потенційного науково-технічного прогресу, який відображається в нових продуктах, предметах чи технологіях; або втілений в зростанні ефективності процесів, або якості продукції. Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» (в ст. 1) визначено термін інновації – новостворені (застосовані, вдосконалені конкурентоздатні технології, продукти або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (соціальної) сфери [5]. Термін «інновація» виник від латинського слова «новатто», в перекладі «оновлення». «напрямок». Інновація – це не всі

оновлення, а тільки ті, які спрямовані на підвищення ефективності процесу або підвищення якості продукту. Основна характеристика інновацій - здобуття доходу (прибутку). Вона дозволяє здолати кризу, підвищити якість роботи, або збільшити вартість удосконаленого товару, що задовольняють потреби сучасного ринку. Й. Шумпетер трактує інновації, як нову науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, мотивованих на новий підприємницький дух. Науковець розглядав інновації в динаміці, тобто як інноваційні процеси: виготовлення нового продукту, а не «новий продукт»; провадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку; отримання нового джерела сировини ; проведення реорганізації [7]. Численні дослідження конкурентноспроможності суб'єктів господарювання дозволяють припустити, що інноваційний розвиток виступає одним із ключових передумов економічного зростання підприємств, тому «інноваційний процес» є досить широким поняттям, він не переривається після впровадження інновацій, а розширюється, вдосконалюється, стає більш ефективним завдяки властивостям, що набуваються в цьому процесі. Згідно з доробками Мельника А. В. і Гука О. В це визначення є дискусійним, оскільки інноваційний розвиток розглядається лише стосовно технологічних сфер господарюючого суб’єкта та не визначає інші сфери діяльності. [4]

Результати дослідження. Інновації - це результат інвестування інтелектуального рішення у розробку і отримання нового знання, раніше не застосованої ідеї з оновлення сфер життя (технології, вироби, організаційні форми співіснування соціуму, такі як освіта, управління, організація праці, обслуговування, наука, інформатизація та ін.) і наступний процес (впровадження виробництва) з фіксованим отриманням додаткових цінностей (прибуток, лідерство, пріоритет, корінне покращення, якісна перевага, креативність, прогрес). Таким чином, необхідний процес: інвестиції – це розробка – процес впровадження – отримання якісного покращення [2]. Ці поняття інновації належать як до ґрунтовних, так і до поступових (інкрементальних) змін в продуктах, процесах і стратегіях організацій (інноваційна діяльність). Виходячи з цього, метою нововведень є підвищення ефективності, поняття економічності, якості життя, задоволеності клієнтів підприємств, організацій, поняття інноваційності – це можливість ототожнення з поняттям винахідливості – уважності до нових можливостей покращення праці, організації (комерційної, державної, доброчинної, морально-етнічної). Такі ознаки, як тип нововведення, механізм здійснення, особливості інноваційного процесу включає сучасна класифікація інновацій, при цьому передбачається, що будь-які інновації мають комплексний характер і їх варто розглядати як з нетехнологічної точки зору, так і технологічної, виходячи з можливих наслідків їх впливу на зовнішнє середовище.

Висновки. Радикальне і різке перевтілення засобів праці відбулося завдяки нагромадженню людством знань про закони природи та свідомому застосуванню цих знань на практиці у виробництві. Карл Маркс

«...перетворює матеріальний процес виробництва на застосування науки до виробництва – на науку, впроваджену в практику» [3]. В умовах світової пандемічної кризи розвиток економіки набув більших темпів, де пошукові інформаційні системи забезпечують підприємства більшими можливостями завдяки цифровому аутсорсингу [1]. Дослідження науковців за такими критеріями: відгуки клієнтів, інноваційність рішень, рейтинг Global Outsourcing 100 мають можливість підсумувати, що всі користувачі мають інтерес до цифрової економіки [1]. Філософи вчать, що економіст завжди повинен дивитися вперед у бік прогресу, інакше він негайно виявиться відсталим, щоб не повертатися до історії; і перспективно мислити і намагатись передбачати майбутнє. Без застосування інновацій практично неможливо створити конкурентоноздатну продукцію.

Література

1. Внукова Н. М. Цифровий аутсорсинг у розвитку господарської діяльності підприємства. Н. М. Внукова. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: матеріали IV Всеукр-ої наук.-практ. інтернет-конф., присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка, 31 бер. 2021 р.* : тези допов. Полтава: ПДАА, 2021. С. 263–265.
2. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. П. П. Микитюк, Ж. Л. Крисько, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, С. М. Скочиляс. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с
3. Маркс К., Енгельс Ф. Твори. Т. 46. Ч. 2. С.189
4. Мельник А. В., Гук О. В. Механізм забезпечення інноваційного розвитку на промисловому підприємстві. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи :* матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції *22 квіт 2021 р* : тези допов. Київ: НТУ КПІ ім. І. Сікорського, 2021. С. 228-229.
5. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV. Дата оновлення 05.12.2012р URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text
6. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 № 526-р. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text
7. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Й. Шумпетер ; пер [з англ.] В. Старка. К. : Києво-Могилянська академія, 2012. 242 с.

УДК 005.931.11

Даніч В.М.
д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки, завідуючий кафедрою математичних методів в економіці, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
Татар М.С.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування, Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Під час одного з глобальних викликів сучасності – пандемії коронавірусу – окрім суттєвих збитків багатьох суб'єктів господарювання і загальної рецесії економіки відбувся прорив в інноваційній діяльності, оскільки саме інновації відіграли важливу роль в боротьбі з коронавірусною інфекцією, починаючи з розшифровки вірусу, розробки вакцин, методів лікування і діагностики та закінчуючи розробкою і реалізацією антикризових заходів підтримки найбільш постраждалих галузей економіки. Глобальний пошук рішень для зупинки COVID-19, з одного боку, сприяв зростанню мільярдних інвестицій в розвиток та дифузію інновацій, безпрецедентним чином розширив міжнародне співробітництво в цій сфері, зміцнив авторитет науки й необхідності інновацій в суспільній свідомості, з іншого – виявився своєрідним краш-тестом науково-технічних, інноваційних політик як національного, так і міжнародного рівня. Тому переоцінювання цінностей у зв'язку з глобальними викликами, формування, активне запровадження нових шаблонів, паттернів поведінки юридичних та фізичних осіб, в цілому – соціально-економічного загалу, повинно стати базисом інноваційної системи нового типу. Відповідні трансформації, ефективна взаємодія всіх учасників інноваційного процесу повинні бути забезпечені інформаційною, організаційною й економічною підтримкою з боку державних і місцевих органів влади, які, в свою чергу, також повинні зазнати трансформаційних змін. Це дозволить отримати синергетичний ефект від такої взаємодії й від інноваційної діяльності загалом.

Результати аналізу статистичних даних, проведених авторами у роботі [1] показали, що рівень інноваційного розвитку України суттєво поступається країнам ЄС (табл. 1). Тому на державному рівні мають бути розроблені системні заходи щодо захисту національних інноваційних систем, які пропонується включити в пакети заходів стимулювання та відновлення економік, а також пропонується проведення необхідних реформ в напрямку дифузії інновацій, стимулювання взаємодії та формування стабільних соціально-економічних зв'язків суб'єктів господарювання для розробки та поширення інновацій.

Таблиця 1

Сильні та слабкі сторони інноваційної діяльності України

Сильні сторони	Місце	Слабкі сторони	Місце
Державне фінансування / на учня, середнє, % ВВП	12	Політичне середовище	105
Співвідношення учень та викладач, середнє	3	Політична та операційна стабільність	123
Набір на вищу освіту, % брутто	14	Верховенство права	109
Застосована тарифна ставка, середньозважена,%	18	Бізнес середовище	104
Працюючі жінки з вищою освітою, %	3	Простота врегулювання неплатоспроможності	117
Корисні моделі за походженням	1	Валове формування капіталу,% ВВП	102
Експорт послуг ІКТ, % від загальної торгівлі	9	ВВП на одиницю енергоспоживання	117
Торгові марки за походженням	5	Валові позики мікрофінансування, % ВВП	78
Промислові зразки за походженням	8	Інвестиції	121
Створення мобільних додатків	15	Ринкова капіталізація,% ВВП	71
		Угоди з венчурним капіталом	64
		Спільні угоди про стратегічний альянс	113
		Національні художні фільми	99

Джерело: побудовано авторами на підставі [2]

Взаємодія з питань інновацій розглядається як сукупність відносин суб'єктів інноваційної діяльності спільного виконання робіт щодо створення, освоєння, використання та поширення інновацій, спрямованих на підвищення продуктивності реалізації нових ідей інноваційного процесу. Протікання взаємодії супроводжується зміною стану етапів інноваційного процесу у просторі і часі, через постійне узгодження умов та форм співпраці і частки кожного учасника у ресурсному забезпеченні діяльності та очікуваних економічних результатах від впровадження протягом життєвого циклу інновацій. Сутність взаємодії проявляється у тому, що суб'єкти погоджено взаємно діють у процесах управління інноваційною діяльністю, індивідуальний результат кожного з них впливає на поведінку іншого учасника зокрема та інноваційного процесу загалом. Такі активні відносини змінюють динамічний результат інновацій, утворюють єдине ціле, взаємодіють між собою та із зовнішнім середовищем [3].

Аналіз взаємодії суб'єктів господарювання між собою та органами влади пропонується здійснити шляхом порівняння інноваційних малих та середніх підприємств (МСП), що співпрацюють з іншими, державно-приватних спільних публікацій та спільного державно-приватного фінансування витрат на НДДКР.

Згідно Зведеного індексу інновацій в Україні 5,4% МСП від загальної кількості МСП взаємодіють з іншими МСП, в той час як в Естонії 24,6%, Ісландії – 22,9%. Державно-приватні спільні публікації складають в Україні 8,9 на 1 млн населення, а в Швейцарії – 432,4, Ісландії – 296,9, в Польщі – 27,9. Спільне державно-приватне фінансування витрат на НДДКР в Україні складає лише 0,01% ВВП, хоча в інших країнах цей показник також на низькому рівні.

Ефективність взаємодії у інноваційних процесах визначається, насамперед, взаємовідносинами усіх суб'єктів інноваційної системи – науково-дослідних інститутів, університетів, суб'єктів господарювання, органів влади, фінансових установ, консалтингових фірм тощо. Для успішної реалізації інноваційного процесу необхідна налагоджена, спланована та координована взаємодія між всіма складовими інноваційної системи:

– науково-освітній сектор, що здійснює генерування та розповсюдження нових знань;

– державний сектор, що має забезпечувати необхідні умови для безперервного та налагодженого інноваційного розвитку національної економіки;

– приватний сектор (суб'єкти господарювання), що має ефективно перетворювати результати НДДКР в інноваційні продукти та послуги.

Також має бути налагоджена взаємодія зі споживчим сектором, тобто суб'єктами, що використовують результати інноваційної діяльності в процесі своєї життєдіяльності.

Глибина взаємодії між всіма секторами визначає темпи та динаміку інноваційного розвитку країни. Основним фактором успішності функціонування національних інноваційних систем виступає ступінь партнерства між представниками приватного та державного секторів системи, оскільки інноваційний розвиток залежить від бажання та можливості інституцій ефективно взаємодіяти, обмінюватись і спільно використовувати необхідну інформацію, фінанси та технології.

Список літератури:

1. Даніч В.М., Татар М.С. Забезпечення стійкої взаємодії учасників інноваційного процесу в умовах глобальних викликів. *Review of transport economics and management*. 2021. № 5(21). С. 163-189.

2. Global Innovation Index [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступу : https://www.globalinnovationindex.org/Home

3. Лісовська Л. С. Види та форми прояву взаємодій у інноваційних процесах. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія Економіка і управління.* Том 31 (70). № 4. 2020. С. 48-54.

УДК 321.524

Даудова Г.В.
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

СЕРЕДНЬОСТРОКОВЕ БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ СЕКТОРАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Фінансова децентралізація залишає актуальною проблему забезпечення перспективного секторального розвитку та подальшого реформування окремих галузей економіки.

З огляду на це, важливого наукового значення набувають дослідження, що надають можливість посилити зв'язок між перспективним і поточним бюджетним плануванням, прогнозом показників розвитку економічного і соціального розвитку країни та фінансовою стабільністю територіальних громад.

Практичні напрацювання щодо ефективного управління фінансовими ресурсами підкреслюють доцільність впровадження середньострокового планування, що передбачає застосування системного підходу до визначення передбачуваної бюджетної політики в процесі реалізації секторальних реформ як на державному, так і місцевому рівнях.

Вирішення цього питання будується на аналізі перспективного секторального розвитку економіки, базисом якого виступають індикативні показники, які мають бути реалізовані в майбутньому.

В основу розроблення проєктів прогнозних показників закладено стратегічні цілі макроекономічної політики, що передбачають ключові вектори економічного розвитку, основні завдання та цільові індикатори, які покликані створити передумови довгострокового прогнозування [1].

В контексті трансформації фінансів одним із напрямів стратегічного курсу економічної політики є забезпечення стійкості публічних фінансів, монетарної стабільності, розвитку фінансового сектору шляхом зменшення податків, підвищення ефективності управління бюджетними коштами, зниження фінансових ризиків тощо [1].

Визначенню пріоритетних завдань бюджетної політики на перспективу сприяє повноцінний перехід на середньострокове бюджетне планування, що надає можливість:

- врахувати ймовірний секторальний розвиток в період проведення реформ при прийнятті бюджетних рішень;
- оцінити масштабні інвестиційні та інноваційні проєкти на наступні роки;
- запровадити попереджувальні заході у випадку виникнення несприятливих тенденцій у бюджетному процесі;

- врахувати в прогнозних бюджетних показниках пріоритети розвитку галузей, які визначені державними програмними документами та місцевими цільовими програмами.

Модель середньострокового бюджетного планування, що наведена у Бюджетній декларації на 2022-2024 роки, містить [3]:

- граничні показники видатків та надання кредитів для кожного сектору економіки, які можливо отримати з бюджету за певних економічних умов;
- цілі головних розпорядників коштів та показники результату їх діяльності у межах визначених обсягів бюджетних коштів;
- оцінку фіскальних ризиків, обумовлених імовірністю суттєвої інфляції, зниженням ділової активності міжнародних та вітчизняних фінансових інститутів у зв'язку з посиленням карантину та поширенням нових штамів коронавірусу.

Також Бюджетною декларацією на 2022-2024 роки передбачається оптимальний розподіл фінансового ресурсу між секторами економіки, що дає можливість на середньострокову перспективу:

- узгодити стратегічне та бюджетне планування, запровадити комплексні заходи розвитку економіки і бюджетної сфери;
- забезпечити стратегічний підхід до визначення пріоритетності видатків та наслідків поточної політики;
- підвищити передбачуваність секторального розвитку, результативність і ефективність бюджетних витрат.

Підґрунтям успішного виконання місцевих цільових програм виступає законодавче врегулювання питань:

- щодо зміцнення фінансової спроможності місцевого самоврядування шляхом збереження стабільних джерел надходжень до місцевих бюджетів;
- забезпечення компенсації відповідних втрат доходів місцевих бюджетів у разі скорочення надходжень;
- передачі державних повноважень на місцевий рівень із відповідним фінансовим забезпеченням;
- удосконалення розподілу між місцевими бюджетами міжбюджетних трансфертів, передбачених у проєкті закону про Державний бюджет України на відповідний бюджетний період;
- упорядкування складових частин спеціального фонду місцевих бюджетів у частині перегляду підходів до визначення витрат розвитку;
- розмежування сфер відповідальності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади у зв'язку з децентралізацією влади [2].

Таким чином, середньострокове бюджетне планування є новим інструментом макроекономічного та бюджетного прогнозування, що дозволить, як на державному, так і на місцевому рівні, забезпечити

передбачуваність та збалансованість бюджетно-податкової політики, посилити стратегічний підхід до бюджетного планування видатків на секторальний розвиток.

Індикатором повноцінного впровадження середньострокового бюджетного планування до секторальної економіки є мінімальне відхилення бюджетних параметрів на плановий рік, передбачених прогнозними показниками, від відповідних показників, затверджених прогнозом попереднього року.

Впровадження середньострокового бюджетного планування до секторального розвитку потребує подальшої реалізації заходів:

- щодо забезпечення ефективного розподілу фінансових ресурсів на секторальний розвиток економіки, з урахуванням взаємозв'язку з напрямами стратегічного планування;
- створення якісної бази для розробки проєктів нормативно-правових актів середньострокового бюджетного планування та прийняття фінансово-економічної обґрунтованості рішень;
- удосконалення підходу до визначення граничних обсягів видатків у відповідній сфері, що відображає реалізацію поточних та перспективних завдань;
- запровадження нової інформаційно-аналітичної системи учасників бюджетного процесу для підвищення рівня бюджетної дисципліни та посилення відповідальності за використання бюджетних коштів.

Список літератури:

1. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 №179 : https://zakon.rada.gov.ua – (дата звернення : 23.10.2021).
2. Про Бюджетну декларацію на 2022-2024 роки. Постанова Верховної Ради України від 15.07.2021 №1652-IX : https://zakon.rada.gov.ua – (дата звернення : 23.10.2021).
3. Про схвалення Бюджетної декларації на 2022-2024 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 31.05.2021 №548 : https://zakon.rada.gov.ua – (дата звернення : 23.10.2021).

УДК 330.43:330.32

Зомчак Л. М.
К.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики
Львівський національний університет імені Івана Франка
Лапінкова А.О.
студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка

АВТОРЕГРЕСІЙНА ДИСТРИБУТИВНО-ЛАГОВА МОДЕЛЬ ІНФЛЯЦІЇ УКРАЇНИ

Наслідки інфляції, як правило, мають негативний характер, і вкрай важливим є обґрунтоване керування цим процесом. Розуміння впливу інфляції неможливе без виявлення її причин, які можна визначити, наприклад, за допомогою методів математичного моделювання. Тому ціль дослідження полягає у виявленні причино-наслідкових зв'язків між інфляцією та економічними чинниками за допомогою авторегресійного моделювання.

Для виявлення залежностей між економічними показниками найбільш часто застосовують економетричні методи та моделі, серед яких можна виділити такі: векторні авторегресійні моделі [1], симультативні моделі [2], моделі на лонгітюдних даних [3] тощо. Для моделювання інфляції України обрано авторегресійну дистрибутивно-лагову модель (ARDL), оскільки цей підхід продемонстрував хороші результати для моделювання інфляційних процесів для країн, економіка яких розвивається, наприклад, Саудівська Аравія [4], Алжир [5], Філіпіни [6] тощо.

Відповідно до проаналізованих джерел та наявної статистичної бази обрано змінні, які характеризують інструменти впливу монетарної політики на інфляцію. У якості факторних змінних моделі обрано відсоткові ставки за кредитом та депозитом, обмінний курс гривні до долару США, інфляційні очікування домогосподарств. Результуюча змінна моделі – індекс споживчих цін у % до попереднього місяця (CPI). Розглянемо більш детально змінні, які використовуємо в дослідженні (таблиця1).

Множина показників представлена в місячному розрізі з 2015 року, коли НБУ фактично здійснив перехід до режиму інфляційного таргетування. Джерелом даних є офіційна статистика Національного банку України [7]. Загалом ARDL модель залежності інфляції від економічних чинників можна представити так:

$$CPI = f(EXCHRATE; INFLEXP; CREDIT; DEPOSIT) \qquad (1)$$

Таблиця 1.

Вхідні змінні ARDL моделі інфляції України

№	Назва	Опис	Одиниці вимірювання
1	EXCHRATE	Обмінний курс гривні до долару США	грн
2	INFLEXP	Інфляційні очікування домогосподарств	%
3	CREDIT	За кредитами «овернайт»	%
4	DEPOSIT	За депозитними сертифікатами «овернайт»	%

Найважливішим етапом при побудові ARDL-моделі є визначення лагових значень. Часовий лаг – економічний показник, що відображає відставання або випередження у часі одного економічного явища (причини) порівняно з іншим, пов'язаним з ним явищем (наслідком). Для визначення максимально можливого лагу для рядів проведений аналіз таких показників як критерій Акаіке, який складає 2,63 та критерій Шварца, який складає 2,86, обрано найменший інформаційний критерій, у цьому випадку це критерій Акаіке.

Загальне рівняння ARDL регресії інфляції України після обрання лагів та оцінювання параметрів має вигляд:

$$CPI = 0{,}56 + 0{,}3356 * CPI_{t-1} + 0{,}3098 * EXCHRATE_{t-1} - 0{,}2325 \\ INFLEXP_{t-1} + 0{,}2046 * INFLEXP_{t-2} + 0{,}5935 * DEPOSIT \quad (2)$$

Згідно з побудованою моделлю на поточне значення ІСЦ впливає його ж попереднє значення, значення курсу валют з лагом в один період, інфляційних очікувань з лагом в один і два періоди та поточне значення відсотка за депозитом. Коефіцієнти моделі відображають умовно чистий вплив кожного із економічних показників на значення ІСЦ. Отже, ІСЦ прямо пропорційно залежить від свого ж значення в попередньому періоді, обмінного курсу гривні до долара США та від значення інфляційних очікувань домогосподарств в попередньому періоді та поточного значення відсоткової ставки за депозитом з коефіцієнтами 0,3356, 0,3098, 0,2046 та 0,5935 відповідно. Також обернено пропорційно залежить від значення інфляційних очікувань домогосподарств з лагом два з коефіцієнтом - 0,2325. Найбільш умовний вплив на значення ІСЦ мають його ж значення в попередньому періоді та відсоткова ставка за депозитом.

Список використаних джерел:

1. Зомчак Л., Рудницька Я. Економетричне моделювання залежностей між макроекономічним станом України та обсягами залучених депозитів. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 49. С. 196−200.

2. Зомчак Л. М., Волошин І. Б. Симультативна модель інноваційного розвитку регіону. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 2. С. 854−858. URL: http://global-national.in.ua/archive/9-2016/174.pdf.

3. Зомчак Л. М., Умриш Г.Т. Моделювання залежності валового регіонального продукту від сільського господарства України на основі лонгітюдних даних. Економіка і суспільство. 2018. No 16. С. 972−977.

4. Osman, A. M., Ahmed, A. O., Eltahir, M. N., Mohamed, A. S., Shidwan, O. S., & Ghada, M. (2019). Investigating the Causes of inflation in Saudi Arabia: An Application of Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Model. International Journal of Applied Engineering Research, 14(21), 3980-3986.

5. Mohammed, K. S., Benyamina, K., & Benhabib, A. (2015). The main determinants of inflation in Algeria: An ARDL Model. International Journal of Management, IT and Engineering, 5(8), 71-82.

6. Deluna Jr, R. S., Loanzon, J. I. V., & Tatlonghari, V. M. (2021). A nonlinear ARDL model of inflation dynamics in the Philippine economy. Journal of Asian Economics, 76, 101372.

7. Національний банк України. Дані статистики фінансового сектору. – URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms (дата звернення: 05.10.2021).

УДК 330.341

Карандюк О.Г.
старший викладач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки
Національний авіаційний університет
Ткаченко В. Ю.
Студентка факультету економіки та бізнес-адміністрування
Національний авіаційний університет

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ЦИКЛІЧНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вплив постіндустріального суспільства та проблематика міжнародної підприємницької діяльності. Циклічність та інноваційність як основні чинники розвитку світової економіки. Фінансові технології як одне з ключових рішень проблем підприємництва.

Сучасне постіндустріальне суспільство, форми глобалізації та інноваційні технології спричинили зростаючу конкуренцію і пошук нових способів організаційної діяльності у сфері міжнародного підприємництва. Нестійке економічне зростання, низька фінансова та інформаційно-технологічна освіта населення, глобальні або локальні кризи сприяють зниженню ефективності розвитку економічних зв'язків та відносин між соціально-економічними системами.

Основними проблемами міжнародної підприємницької діяльності на сьогодні є:

- різке скорочення часу здійснення міжвалютних угод;
- зростання ролі ТНК, придбання ними більших повноважень, ніж мають національні уряди;
- застосування єдиних для всіх країн стандартів, незважаючи на індивідуальний розвиток економіки, певного аспекту підприємницької діяльності, актуальність продукції у кожній країні;
- прагнення народів зберегти свою національну приналежність, через що блокується розвиток міжнародної економічної діяльності.[1]

Міжнародна підприємницька діяльність нероздільно пов'язана з циклічністю та інноваційністю світової економіки, що має світовий вплив і зміни на економічний прогрес. Економіка завжди зазнає змін, урівноважений стан може перейти в інший через кризові періоди, що характеризуються зниженням ефективності виробництва, перебудовами в самій структурі економіки, посиленням нестійкості. Циклічність є формою розвитку та переформування світової економіки господарств на усіх етапах її трансформації. [2] Вплив сучасного постіндустріального суспільства свідчить про виникнення нової економічної реальності, де втілюються

інноваційні наукові ідеї та проекти, впроваджуються нові технології виробництва, що мають абсолютний вплив на підприємницьку діяльність.

Здійснюючи аналіз, основним завданням циклічності є створення високоефективного прогнозу майбутнього розвитку економічних систем для уникнення нестійкості, негативних наслідків та мінливості сучасного світу для підприємця.

Інноваційна діяльність підприємства являє собою введення нових форм організації виробничих потужностей, розширення можливостей та нововведень, пов'язаних з інформаційно-технологічним періодом розвитку, задля отримання конкурентних переваг та збільшити прибутковість власного бізнесу. Інноваційна активність у підприємницькій діяльності в сучасних умовах залежить від науково-технічного потенціалу, тобто здатності підприємства до розвитку власних технологій та розробок, а також їх впровадження на міжнародний ринок. Життєвий цикл інновацій охоплює чотири етапи, де на кожному формується відповідний результат:

- формування наукових результатів (пізнання);
- визначення ризикового характеру інновацій; прикладні та експериментальні дослідження;
- формування проміжних результатів; конструкторські та технологічні матеріали;
- введення готового товару на ринок;

Життєвий цикл завершується, коли товар повністю зникає з ринку продажу. Підприємцям потрібно аналізувати увесь процес виробництва та виявляти, на якому етапі відбувається створення нововведення, для усунення проблеми та ефективного вирішення економічних задач на світовому ринку. [3]

Одним з найдієвіших рішень у вирішення проблем підприємництва у світовій економіці є фінансові технології. Це програми, додатки, інформаційна база ресурсів, за допомогою яких можна поліпшити фінансові послуги, збільшити інформаційний простір виробництва та оптимізувати витрати. Прикладами таких технологій є криптовалюти або сервіс ApplePay.

Фінансові технології користуються успіхом через доступність, зручність у користуванні, можливість більшого вибору послуг з будь-якої точки світу, а найголовніше, що таким компаніям не потрібно витрачатись на розвиток фізичної інфраструктури. Темп розвитку економічних систем впливатиме на оновлення фінансових операцій, залучення технологічних телекомунікаційних технологій, розширення бізнесу в умовах світової кризи та пандемії.

Висновки: Світова підприємницька діяльність напряму пов'язана зі змінами тенденцій міжнародної економіки, усі економічні етапи та процеси, що зазнають форматування та змін, надають нові можливості підприємцям або навпаки, руйнують повністю технології виробництва.

Глобалізація, інноваційність та циклічність як основні чинники міжнародного бізнесу формують нові умови на базі нововведень та цінностей постіндустріалізвції. Перехід на цифрове виробництво, залучення нових технологій та партнерів дозволяють підприємцю не тільки вийти на міжнародний ринок, але й зайняти його частку і закріпитись там.

Етапи інноваційності формують нові етапи у створенні продукту, слідування яким допоможе оптимізувати усі технології його виготовлення та уникнення економічних проблем.

Список використаних джерел:

1. Kozak Y, Shengelia T. An introduction to international economic relations. Tbilisi: Publishing House „Universal, 2014.
2. Фоміна М.В. Сталий розвиток економіки в умовах глобалізації: теорія і методологія: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.01 / М.В. Фоміна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2010.
3. Віленський П.Л., Ліфшиц В.М. Оцінка ефективності інвестиційних проектів: теорія і практика: навч. посібник. Москва: Справа, 2006.
4. Гринь О.Г. Оперативная модель процесса управления на авиапредприятиях вертолетного транспорта в период глобализации. Глобализация, социально-экономические проблемы общества. Сборник научных статей. – Баку: МВМ, 2013. – С. 181-185.

УДК 658

Кириченко А. В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Додачко С. А.
студент спеціальності
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із найважливіших завдань цифрової економіки є підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг шляхом використання інновацій. Відповідна тенденція зумовлює необхідність формування конкретних кроків підвищення ефективності діяльності підприємств шляхом вдалого симбіозу бізнес-ідей та інновацій [1, с. 35]. На збільшення інтернет-покупців в усьому світі сильно вплинула світова пандемія COVID-19, та, згідно прогнозів, в майбутньому буде спостерігатись подальше зростання міжнародної електронної комерції [2]. У зв'язку з цим саме підприємства електронної комерції змогли не лише не збанкрутувати, а й отримувати прибутки, показуючи позитивну динаміку розвитку вищу ніж до пандемії. Саме тому сучасні реалії підприємницької діяльності потребують розширення каналів збуту товарів саме за допомогою застосування електронної комерції.

Якщо проаналізувати експертні дані [3], то можна зробити висновок, що роздрібні онлайн-продажі ростуть в середньому 20% на рік, при цьому роздрібні зростають тільки на 3,5%. Це зумовлюється тим, що в світі все більше людей отримують доступ до мережі інтернет і за допомогою нього можуть здійснювати покупки в онлайн форматі. Аналізуючи рис. 1, можна зрозуміти, що обсяги електронної комерції будуть і надалі збільшуватися по всьому світу в залежності від розвитку інтернету в державах. Всупереч тому, що 2020 р. був дуже важкий по багатьох показниках і розрібна торгівля не виняток, електронна комерція продемонструвала значний ріст в багатьох державах, а в Південній Америці було досягнуто зростання на 36,7% в рік.

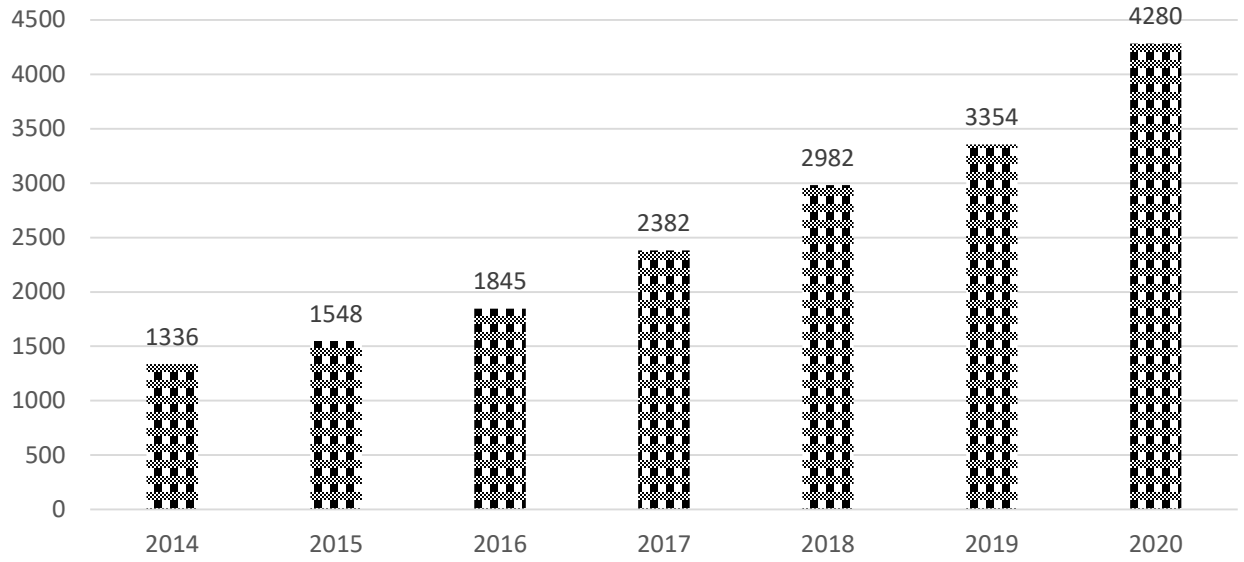


Рис. 1. Динаміка зростання світових обсягів електронної комерції в 2014-2020 рр., млрд дол США

Джерело: побудовано авторами за [3].

Порівнюючи український обсяг електронної комерції з іншими державами, можна стверджувати, що Україна все ще знаходиться на стадії становлення (рис. 2).

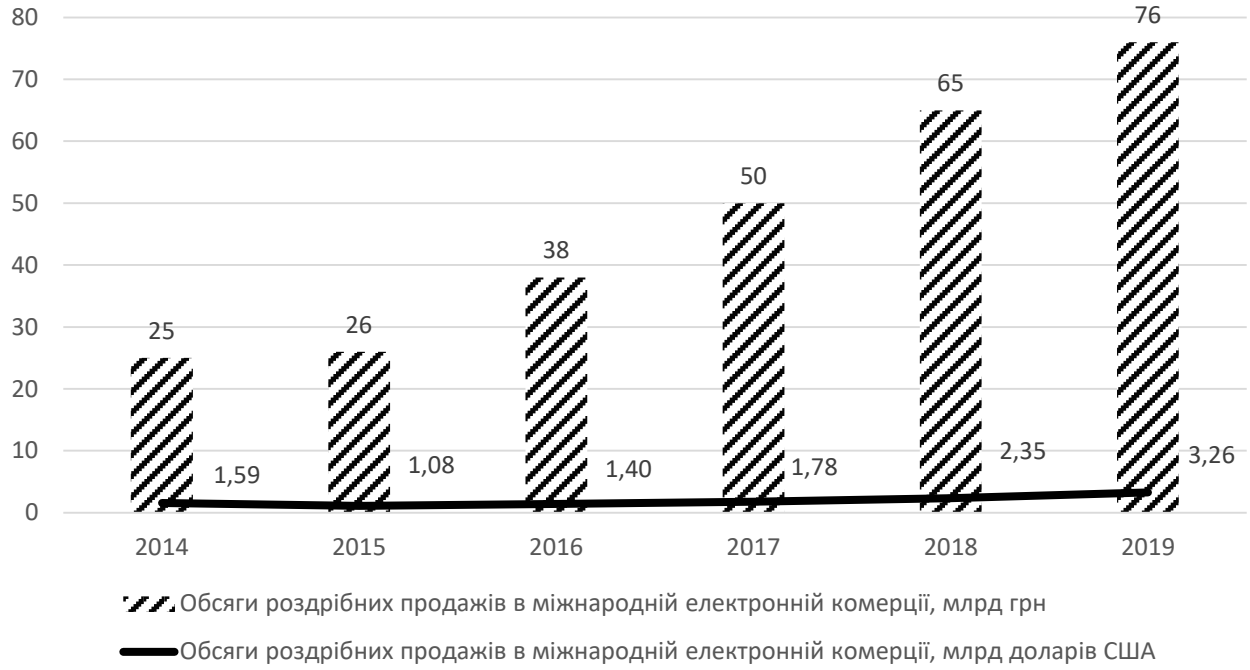


Рис. 2. Динаміка зростання українських обсягів електронної комерції в 2014-2019 рр., млрд дол США

*Курс грн до дол США за даними Міністерства фінансів України на кінець 2014-2019 рр.

Джерело: побудовано авторами за [4].

Крім того, враховуючи той факт, що ринок не зрілий, він, надзвичайно швидко буде зростати. У той же час, добре показує себе ринок роздрібної торгівлі, який зростає на 3,9%. Також в Україні постійно зменшується кількість офлайн магазинів, що позитивно впливає на онлайн торгівлю. Не дивлячись на великий щорічний приріст, Україні ще далеко до лідерів в області електронної комерції, хоча якщо досягти успіху в подоланні деяких проблем, потенціал росту нашої держави буде ще більший. Наприклад, рівень інтернет покриття в Україні всього 67% на 2019 р., що навіть не є середнім показником в Східній Європі, а людей, які здійснюють покупки в інтернеті лише 21%.

Серед бар'єрів, що перешкоджають стрімкому розвитку електронної комерції в Україні виділяють: інституційні, інформаційні, фінансові, ринкові та логістичні. Останні зумовлені недостатньо ефективною організацією взаємодії логістики, електронних закупівель та електронних аукціонів [5]. Сучасні світові тенденції розвитку торгівлі з кожним роком свідчать про зростання обсягу продажів в мережі інтернет. Загострення конкуренції на електронному ринку потребує від підприємств вдосконалення та підвищення стандартів обслуговування клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Теплюк М. А. Тренди інноваційного розвитку підприємництва малого бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 2. С. 35-39.

2. Кириченко А. В., Березовська, Л. О. Логістична діяльність у сфері міжнародної електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2021. №28. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-16.

3. Clement J. Global retail e-commerce sales 2014-2023. URL: www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/.

4. EVO Business Report. 2019. Results and plans: e-commerce of Ukraine 2018/2019. URL: https://evo.business/itogi-plany-e-commerce-ukrainy-20182019/.

5. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : колективна монографія / [В. В. Лісіци, В. І. Місюкевич, О. М. Михайленко та ін.]. Полтава, 2020. 232 с., с. 160.

УДК 330.3

Кліменко О. М.
к.е.н., доцент , доцент кафедри
економічної т еорії т а економічної політ ики
Харківський національний економічний університ ет ім. С Кузнеця

ПЕРЕШКОДИ ВТІЛЕННЮ НОВОВВЕДЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОБХІДНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Найголовнішою умовою забезпечення конкурентоспроможності і окремого підприємства, і національної економіки є постійне освоєння нововведень. У ринковій економіці інновації – це найсильніший інструмент конкурентної боротьби, що дозволяє отримати надприбутки у разі успішного впровадження нововведення. Розвинені економіки світу втілюють інновації, активно залучають підприємницький капітал і отримують надвисокі прибутки, які є достатньою ціною за неминучий ризик, властивий інноваційному процесу.

В Україні, в умовах інтеграційних процесів, необхідність практичної реалізації інновацій у практично всіх галузях економіки відбиває реальну потребу вітчизняного бізнесу. Згідно євроінтеграційного курсу на український ринок залучена велика кількість сучасних високоякісних товарів та послуг. Наростаюча конкуренція на внутрішніх ринках потребує впровадження нових технологій, та у конкурентному середовищі реальні інновації вже найближчим часом залишаться практично єдиним інструментом для збереження та розвитку бізнесу, інакше вітчизняні підприємства, що не займаються освоєнням нових продуктів та технологій, стануть легким видобуванням конкурентів.

Пандемія covid 19 привносить до реального бізнесу суттєву невизначеність. Такі умови не сприяють втіленню нововведень, залученню капіталу. Як показали результати опитування Лабораторії інноваційного розвитку ПРООН в Україні, доступ до фінансування лишається для підприємців однією з найболючіших проблем [1]. Але слід сказати, що для покращення ситуації ПРООН спільно з Міністерством цифрової трансформації України запустить на порталі Дія Бізнес платформу із залучення імпакт-інвестицій – маркет-плейс інвестиційних проєктів, бізнес-моделі яких засновані на цілях сталого розвитку.

Цілком очевидно, що інноваційна діяльність у нашій країні не відповідає сучасному рівню цифровізації економіки та потребам сучасного соціально-економічного розвитку України.

Головними ініціаторами переходу на інноваційний шлях розвитку української економіки мають стати підприємства, керуючись власними інтересами. Технологічне переозброєння української економіки вимагає

від приватного бізнесу докладання чималих зусиль у взаємодії із законодавчою та виконавчою владою.

Причини відставання України в інноваційній діяльності формувалися двадцять років. Ще у 2001 році Парламент ухвалив Закон «Про інноваційну діяльність», підписаний президентом влітку 2002 року. Закон передбачає досить потужний комплекс пільг зі сплати податку на прибуток, ПДВ та мита для підприємств, які отримали передбачений цим самим законом статус інноваційних. Закон мав набути чинності з 1 січня 2003 року. Проте дія Закону «Про інноваційну діяльність» була призупинена через коригування бюджету [2]. З тих пір важливість інноваційної діяльності, що підтверджено законами України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», «Про державні цільові програми», стикається зі складними механізмами виконання цих законів, недоробкою та помилками в діяльності міністерств, відсутність належних моніторингових та експертних методик щодо регулювання визначення пріоритетних напрямів інноваційного розвитку галузей тощо [2].

До того ж, умови домінування неринкових механізмів регулювання економіки, що складаються в Україні, не містять стимулів для розвитку інноваційної діяльності та розгортання ринкової конкуренції на базі освоєння інновацій, і втілення нововведень найчастіше зостається невигідним. Отже, переважна більшість вітчизняних інноваційних проектів залишаються на рівні намірів.

Стосовно прямих іноземних інвестицій в Україну можна сказати, що вони практично перестали надходити до нашої держави. Згідно даних Міністерства фінансів України, за підсумками першого півріччя відтік іноземного капіталу перевищив нові вкладення прямих іноземних інвестицій в економіку України. Така ж ситуація з прямими іноземними інвестиціями спостерігалася і у 2020 році. Причини визначити доволі складно, але немає сумніву, що головною перепоною для іноземного інвестування все ж таки є пандемія коронавірусу, а не зниження інвестиційної привабливості України для зовнішніх інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй. URL: https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/

2. Георгієвський Ю. Законодавче регулювання пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в Україні. *Підприємництво, господарство і право*. 2021. № 2. С. 43 – 48.

УДК 658.152:330.341.1

Козуб В.О.
к.е.н., доцент,
професор кафедри міжнародної економіки і менеджменту
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ

Як свідчить світовий досвід, в умовах формування інноваційного типу економіки спостерігається підвищення ризику створення й освоєння нових технологій, виробів та послуг. При цьому виникає необхідність у створенні спеціальних механізмів господарювання, які б дали змогу знизити ризик підприємництва в сферах інтенсивного здійснення інноваційної діяльності компаній. З високим ступенем невизначеності результатів спільної діяльності, нестачі грошових коштів та великим терміном окупності вкладених капіталів найчастіше стикаються як підприємці, так і інвестори в малому інноваційному бізнесі. Одним з важливих механізмів, що забезпечує інноваційні процеси ресурсами, є венчурне фінансування. Венчурні інвестиції містять високий ступінь ризику, але одночасно обіцяють вищий за середній рівень доходу.

Розвинений венчурний бізнес є тим базовим сектором економіки, який визначає здатність країни утримувати конкурентоспроможні світові позиції в передових технологіях. Розвиток венчурного підприємництва визначається певними соціально-економічними чинниками, а саме: існуюча в країні система державного регулювання та підтримки венчурного підприємництва; ризиковість, гнучкість та можливість використання різноманітних джерел венчурного фінансування [1].

Венчурне інвестування – це фінансування ідей. Його головна і принципова відмінність від традиційних інвестицій полягає в тому, що кошти можуть надаватися під перспективну ідею без гарантованого забезпечення наявним майном або іншими активами підприємця. Єдиною заставою слугує спеціально обумовлена частка акцій у вже існуючій або лише створюваній компанії. Венчурний інвестор розраховує, що керівники компанії, маючи контрольний пакет акцій, збережуть стимули для активного розвитку свого бізнесу. Венчурні компанії орієнтовані на практичне використання ще не випробуваних на практиці технічних новинок, результатів наукових досягнень, ноу-хау. Отже, особливості венчурного фінансування полягають у такому: фінансування венчурного бізнесу здійснюється без гарантій з боку венчура; ризиковий капітал розміщується у вигляді паю в статутний фонд компанії; закінчується проект публічним продажем акцій.

Загальносвітовою тенденцією для промислово розвинених країн

останніми роками є переорієнтація венчурних інвестицій у технологічний сектор, який створює високооплачувані робочі місця та дає більш високий прибуток у розрахунку на одного працівника. Пріоритетними сферами венчурного інвестування також являються телекомунікаційні технології, біотехнології, медицина й охорона здоров'я, споживчі товари й послуги [2].

Нові обставини, пов'язані з глобальною пандемією, значно прискорили розвиток цифрових технологій та посилили значення цифрових бізнес-моделей і рішень, орієнтованих на задоволення потреб споживачів та бізнесу (B2B, інтернет-торгівля, інтернет-доставка продуктів харчування, цифрові послуги, кібербезпека, освітні технології тощо). При цьому багато міжнародних компаній зосередили увагу на пошуку шляхів покращення власної моделі операційної діяльності, а не на інвестуванні у стартапи. Тенденція до інвестування в більш безпечні угоди призвела до переважного фінансування венчурними інвесторами компаній, які знаходяться на більш пізніх етапах свого розвитку.

Сьогодні американський ринок ризикового капіталу за своїми обсягами значно перевищує західноєвропейський та азіатський. Венчурні інвестиції у США охоплюють різні сектори економіки, а саме: автомобілебудування, фінансово-технічний, сільське господарство, розробка нових ліків, біотехнології та програмне забезпечення. Згідно зі звітом Venture Pulse, підготовленим KPMG Private Enterprise, компанії венчурного фінансування у країнах Америки отримали 34,3 млрд дол. США на кінець II кв. 2020 р., що становить більше половини загальної суми, отриманої у всьому світі [3].

Не зважаючи на те, що у Європейських країнах основну роль у фінансуванні компаній відіграють банки, венчурне фінансування також інтенсивно розвивається, сягнувши на кінець II кв. 2020 р. 10,1 млрд дол. США [3]. Глобальна пандемія у Європі значно змінила поведінку споживачів у бік застосування цифрових технологій, що вплинуло і на ринок венчурного капіталу. Хоча на європейському ринку значна частина портфеля венчурних інвестицій належить Великобританії, досягнувши обсягу понад 3 млрд дол. США у II кв. 2020 р., цей ринок географічно різноманітний [3]. Більш ніж у 30 європейських країнах діють понад 500 активних учасників венчурного бізнесу, об'єднаних у Європейську асоціацію венчурного капіталу.

Останнім часом значний розвиток венчурна індустрія одержала в азіатських країнах, насамперед Китаї, Республіці Корея, Сінгапурі, Японії. Венчурні інвестиції в Азії у II кв. 2020 р. склали 16,9 млрд дол. США [3]. Успішна діяльність відмічалась в сучасному бізнесі цифрових платформ, орієнтованму на задоволення потреб споживачів – edtech, доставка додому, онлайн-ігри, цифрові рішення B2B та медичні технології [3].

В український діловий світ поняття венчурного бізнесу увійшло порівняно недавно. На відміну від західних країн, де подібне вкладення

коштів є вже усталеною багаторічною практикою, в нашій країні це явище перебуває в стадії розвитку. Найбільш популярним напрямком венчурного інвестування в Україні є IT-бізнес, оскільки в країні діє близько 50 IT компаній з оцінкою від 20 до 100 млн. дол. Близько 2500 стартапів сьогодні створюють свій продукт в різноманітних сферах, при цьому зростає не тільки кількість, але і якість проектів.

Отже, по всьому світу з появою цікавих і перспективних бізнес-ідей сектор ризикового бізнесу відіграє суттєву роль у процесах апробації різних варіантів розроблення і застосування технологічних нововведень, а венчурне фінансування, за умови обґрунтованості інноваційних проектів, стало однією з найприбутковіших сфер укладення капіталу і залишається популярним серед країн з розвиненою економікою та бізнес культурою. Більше того, венчурний капітал з початкового, стартового капіталу для компаній малого бізнесу, перейшов у більше зрілі стадії свого розвитку й почав ставати ще й капіталом розвитку.

Список використаних джерел:

1. Притуляк Н. М. Венчурне фінансування інноваційної діяльності (теоретичний аспект). Інвестиції: практика та досвід. № 8/2013. Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2013/5.pdf

2. Удовиченко В. П. Зарубіжний досвід венчурного інвестування інвестиційно-інноваційної моделі розвитку аграрної економіки. Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. №2. С. 115-123.

3. Венчурний капітал залишається стійким у другому кварталі 2020. Звіт Venture Pulse компанії KPMG Private Enterprise [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://home.kpmg/ua/uk/home/media/press-releases/2020/08/venchurnyy-kapital-zalyshayetsya-stiykym.html

УДК 338.28

Кузьминчук Н.В.
д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Куценко Т.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Терованесова О.Ю.
к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Антонов І.М.
бакалавр Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

На даний момент прийнято вважати, що в сучасному світі суспільство знаходиться в стані 4–ї промислово–технологічної революції, так званої «Індустрії 4.0», відповідно економіка стає все більш технологічною та цифровою. Тренди цифрової економіки у корені міняють економічну реальність проникаючи в усі бізнес–процеси компаній. Тож є підстави припускати, що такі зміни можуть сильно впливати на стійкість сучасних компаній. Таким чином, дослідження спрямоване на з'ясування сутності явища цифровізації, виявлення основних її напрямків й ризиків для сучасних підприємств.

Саме зараз відбувається зміна економічної картини світу: ще пів століття тому передовими компаніями були представники металургії й важкої промисловості, машинобудування, але сьогодні титанами економічного розвитку є компанії зі сфери IT [1]. Тенденція до цифровізації усіх видів діяльності, як логічному продовженню процесів автоматизації й інформатизації, ототожнюючи тим самим поняття «цифровізація», «індустрія 4.0», «диджиталізація» й «цифрова економіка» [2–4]. Велику роль в становленні цифрової економіки грають інновації. За результатами дослідження Boston Consulting Group (BCG) щорічно публікується рейтинг 50–ти інноваційних компаній світу. За підсумками рейтингу 2020 року усього в списку фігурують компанії з 9 країн світу, зокрема з них 50% – компанії з США, 30% – старого світу й 20% – азіатські [5].

Проаналізувавши перші 10 позицій рейтингу можна зробити висновок, що передовими інноваційними компаніями являються компанії, які займаються розвитком технологій. Компанія Apple стабільно займає першу

позицію, а компанія Huawei піднялася на 42 позиції з 2019 року, інвестувавши минулого року приблизно 19 млрд. дол. на розробки та інновації [6].

Вважається, що цифровізації передували процеси автоматизації, електронізації та інформатизації. Терміни автоматизація й цифровізація часто плутають, що є великою помилкою. Цифровізація – це не стільки процес автоматизації виробничих операцій, скільки зміна самої бізнес моделі компанії. Ефект цифровізації набуває актуальності у випадку, коли впровадження відбуваються на макроуровні, що трансформує всю економічну систему в напрямку становлення економіки знань [7]. Одночасно цифровізація впливає на всі бізнес процеси сучасних підприємств, відповідно підвищуючи ефективність їх діяльності та рівень конкурентоспроможності як в поточному так і перспективному періодах.

Аналіз ризиків, як елемент ризик–орієнтованого управління підприємством, спрямований на прискорення процесів цифровізації й досягнення поставлених стратегічних задач та цілей. Ефективним інструментом аналізу є створення «центра компетенції», що складається зі спеціалістів – представників різних структурних підрозділів, спільно працюючих над проектом цифровізації у конкретній компанії [8].

Таким чином, в основі цифровізації лежить удосконалення єдиної технічної політики підприємства з урахуванням необхідних змін технологічних і корпоративних процесів, розробки нових стандартів обслуговування. Досвід умов господарювання вітчизняних підприємств, які кардинально змінила епідемія коронавіруса в 2020 році, довів актуальність та необхідність цифровізації: ті компанії, які змогли адаптуватися до умов пандемії і впровадити цифрові технології у свою діяльність залишилися стабільними і практично не зменшили показники ефективності й прибутковості діяльності. Спостерігається позитивна тенденція впровадження цифрових технологій в умовах пандемії, більшість компаній прискорили темпи цифровізації, що дозволило досягти вищого рівня лояльності споживачів, стабільних позицій на ринку в умовах посилення конкурентної боротьби. Отже, подальше дослідження проблем цифровізаціїї в сучасних компаніях, виявлення основних напрямків трансформації бізнес-процесів в умовах цифровізації дозволяє систематизувати основні ризики для подальшого розвитку підприємства в умовах становлення економіки знань та інформаційного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Калузький М.П. Маркетингові мережі в електронній комерції: інституціональний підхід. М.: Берлін: Директ–медіа, 2014. 402 с.

2. Гасанов Т.А., Гасанов Г.А. Цифрова економіка як новий напрям економічної теорії. *Регіональні проблеми перетворення економіки*. 2017. № 6. С. 4–10.

3. Алексєєв И.В. Цифрова економіка: особливості і тенденції розвитку електронної взаємодії. *Актуальні напрями наукових досліджень : від теорії до практики*. 2016. № 4–2(10). С. 42–45.

4. Василенко Н.В. Цифрова економіка: концепції і реальність. Інноваційні кластери в цифровій економіці: теорія і практика : тр. науч.–практ. конф. з междунар. участю 17–22 травня 2017 р. Спб.: Вид–во Политехн. ун–та. 2017. С. 147–151.

5. Історичні рейтинги 50–ти самих інноваційних компаній. BCG. UBR: https://hi-tech.ua/bcg-v-top-50-samyh-innovaczionnyh-kompanij-2021-goda-apple-disney-ikea-tesla-xiaomi-pfizer-i-dr/

6. Світові рейтинги цифрової конкурентоспроможності. IMD World Digital Competitiveness UBR: https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/

7. Фраймович Д.Ю., Власенко К.А., Вусів А.И. Вплив цифрової трансформації на інноваційний розвиток промислових підприємств. *Вісник Південно–російського державного технічного університету(НПИ). Серія: Соціальні економічні науки*. 2021. № 4 с. 188–194.

8. Кулагіна Н.А., Чепикова Е.М., Логачева Н.А. Систематизація загроз економічної безпеки в умовах цифрової трансформації. *Економічні науки*. 2021. № 197. С. 128–134.

UDC 321.524

Müller W.
PhD in Economics
Honorary Professor of the Banking University of Ukaine,
CEO of AWG Treuhand GmbH & Co. KG (Audit firm)
Khrystoforova O.M.
PhD in Economics, docent
Assoc.Prof., Department of management,
business and professional communication
Educational and Scientific Institute "Karazin banking University"
of V.N.Karazin Kharkiv National University

THE WIRECARD SCANDAL IN GERMANY: EUROPEAN LESSONS

Modern globalization processes taking place in the European and world economies have an impact on all national economies, without exception, and on the Ukrainian one as well. The changes and events that we observe in individual countries allow economists and managers to comprehensively study them as a whole, characterize individual components, highlight the most risky business models, identify influencing factors and find the primary causes of their occurrence. The openness and transparency of modern information and media systems allow scientists from different countries to simultaneously study various positive and negative changes in the economy both at the macro and micro levels and strive to prevent the causes of negative changes in individual countries, to determine the optimal management tools that in modern difficult conditions will make it possible to make management processes the most effective, and the choice of a business model the least risky.

Optimization of the organizational and methodological support of management, strengthening of its functions such as control, the widespread introduction of IAS standards, the unification of regulatory documents governing audit in different European countries will allow avoiding serious economic shocks both at the European level and at the level of national economies, including in Ukraine.

The biggest scandal in the history of the German stock exchange happened recently.Wirecard was founded in 1999 and was based in a suburb of Munich. Worldwide, Wirecard supported companies from various industries in automating their payment processes and minimising bad debt losses. In September 2018, Wirecard had been included in the DAX and was valued at €16.41 billion on the stock market at the end of 2018. In June 2020, the auditing firm Ernst & Young - Wirecard's auditor for many years - refused to give Wirecard an audit certificate for the 2019 balance sheet, and on 25 July 2020, the payment processor filed for insolvency - the first DAX group ever to do so -

after it became known that 1.9 billion in cash and cash equivalents reported in the balance sheet did not exist. The former CEO and other managers went to jail, the Asia board went into hiding.

As part of the insolvency proceedings, the insolvency administrator sold the company to the Spanish Banco Santander, which paid €100 million for the remaining company.

To determine the main reasons, we will characterize basic features the business model. Following its inclusion in the DAX 30, Wirecard was also automatically an investment for pension funds around the world. The company described itself as a technology group that supports customers and partners in accepting electronic payment via all sales channels and in the technical processing of issued credit cards. The business model was to provide a complete, secure payment process between customers and retailers. There are two sides to the business model: On the one hand, companies that specialise in payment processing earn money by issuing credit cards or carrying out the technical processing for credit cards issued by banks. The term for this is issuing When a customer pays by credit card or EC card, an issuer receives a fee for the use of the card: in the EU this is 0.3 percent of the payment amount for credit cards and 0.2 percent for EC cards.

The other side of the model is the fee that the payment processor, as the so-called acquirer, charges for the payment processing on the part of the merchant. This so-called discount is deducted from the amount of the payment and is negotiable between the merchant and the acquirer. The amount of this fee varies widely and is typically between 0.7 and 1.5 percent depending on the number of transactions processed. Payment service providers therefore earn money both from issuing and technically processing the credit cards and from processing the payment for the merchant. The large private banks in Germany have separated themselves from the acquiring business - this is an advantage for established and new payment service providers entering the market. Newly entering payment service providers must first establish a customer base, but can quickly align their business models with market needs. Wirecard expanded into Singapore, New Zealand, Australia, South Africa, Turkey and the USA, as well as China. The acquisition of Deutsche Bank was also even considered in 2019.

The trigger for the collapse was the fact, that back in 2015, the Financial Times began exposing the accounting fraud through the publication of its House of Wirecard series. As a result, the Financial Times was sued by Wirecard, which responded with a counterclaim. However, Wirecard was unable to refute the allegations. A special report by the auditing firm KPMG led to the collapse in 2020.

The enormous growth of Wirecard AG resulted from the acquisition of companies. These acquisitions were generally financed through bank loans. The acquisition of the companies resulted in considerable goodwill and customer relationships being recognised in the balance sheet. Both balance sheet items

exceeded the tangible assets in the process. There was never any impairment of goodwill until the collapse. The Financial Times considered the acquisitions to be very overpriced. For example, an Indian group of companies that had previously been traded at €40 million was bought for €340 million, including a success fee. Also, the balance sheet always showed substantial cash and bank balances. Allegedly, these amounts were in escrow accounts.

The increase in cash flow from operating activities was only partially offset by the rise in earnings before taxes. In the area of cash flow from investing activities, there were fluctuations due to changes in investments in strategic transactions. Annual results and sales revenues were characterized by considerable rates of increase. There were indications of balance sheet falsification due to the extensive borrowing, although there was a high level of cash and cash equivalents. Debt also increased at a faster rate than sales. In addition, there were significant deficiencies in financial communication. The lack of transparency essentially began with the explanations of the specific values in the accounts.

On 18 February 2019, the German financial supervisory authority Bafin prohibited new speculation striking share prices at the payment services provider Wirecard. The EU had introduced the possible ban on so-called short selling after the financial crisis. Bafin justified its ban with unfavorable developments that posed a serious threat to market confidence in Germany.

As a listed company in the DAX, Wirecard was audited every six months by an auditor. The auditors, in turn, are examined by the Auditor Oversight Board at the Federal Office of Economics and Export Control (APAS) and by the German Financial Reporting Enforcement Panel (FREP). In the following, the changes in the law by the Federal Government are presented and the reaction of the profession.

The German Bundestag passed the so-called Financial Market Integrity Strengthening Act (Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetz - FISG) on 21 May 2021, and the Bundesrat already gave its approval on 28 May 2021. The legislative process was carried out in a rush with shortened consultation periods. The following legislative amendments were adopted as part of the Financial Market Integrity Strengthening Act (FISG). The FISG is an all-encompassing law that does not only concern the audit of companies in the public interest, so-called PIE. It provides for far-reaching changes for companies in the area of corporate governance. These include the audit of financial statements, risk management and the internal control system, the composition and competences of the audit committee and the tightening of liability regulations for the legal representatives and the supervisory board. For auditors, in addition to the obligation for external rotation after ten years and a stronger separation of auditing and consulting, civil liability is also tightened. In addition, the balance sheet control procedure has been fundamentally reformed. In the opinion of the profession, the mandatory rotation of the auditor for listed mandates after ten

years does not result in an increase in quality, as the new auditor must familiarise himself comprehensively with the circumstances of the mandate during the first audit. The elimination of additional services provided by an auditor does not lead to an increase in audit quality either. The tightening of liability leads to a further concentration of the auditor market and the insurance market. The introduction of the FISG leads to a cementing of market concentration that can no longer be reversed. Politicians have so far made insufficient efforts to investigate the true causes of the Wirecard scandal. It was probably primarily due to the Bundestag election campaign and Finance Minister Scholz, who is striving for the chancellorship, that this law was passed at such short notice.

The globalization of international corporations required international group accounting. Rudimentary approaches already existed in 1965 in the German Stock Corporation Act. But it was not until 1990 that German commercial law was fundamentally reformed by an EU directive and group accounting was introduced. However, this was not recognised in the Anglo-American world, which led to the replacement of commercial group accounting in the capital market sector by IFRS in 2005. All the stock market scandals of the last 20 years are largely based on international accounting standards. In our opinion, this is due to the following reasons: 1. the fair value principle in the area of financial instruments leads to inflated values in non-active markets that cannot be verified. This was also the case with Lehman Brothers; 2. goodwill is not subject to scheduled amortization. The impairment test leads to unscheduled write-downs far too late and embellishes the balance sheets. This was the case with Wirecard; 3. the IFRS were prepared by a private organisation and were also dominated by companies and auditors. There is only rudimentary commentary literature on this subject area, particularly in Europe. On important topics such as the impairment test, valuation of financial instruments at the 3rd level, there are hardly any operable calculation methods that can be verified.

The International Standards on Auditing (ISA) have not yet been adopted by the EU, so that the ISA are currently not yet legally binding for the audit of financial statements in Germany and consequently a legal regulatory gap exists. The ISAs also do not deal comprehensively with group accounting methods. There is also a need for action here. Optimization of the organizational and methodological support of management, strengthening of its functions such as control, the widespread introduction of IAS standards, the unification of regulatory documents governing audit in different European countries will allow avoiding serious economic shocks both at the European level and at the level of national economies, including in Ukraine.

LIST OF LITERATURE:

1. Peemöller V., Bilanzpolitische Aufarbeitung des Wirecard-Bilanzbetrugs, KoR S. 89-94

2. Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Gesetzes zur Stärkung der Finanzmarktintegrität (Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetz-FISG), https://www.wpk.de/oeffentlichkeit/stellungnahmen/

3. Beschlussempfehlung und Bericht des 3. Untersuchungsausschusses der 19. Wahlperiode gemäß Artikel 44 des Grundgesetzes, Drucksache 19/30900 vom 22.06.2021

4. Peemöller V., Bilanzpolitische Aufarbeitung des Wirecard-Bilanzbetrugs, KoR p. 89-94

5. Statement on the draft bill for a law to strengthen financial market integrity (Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetz-FISG), www.wpk.de/oeffentlichkeit/stellungnahmen/

6. Recommendation for a resolution and report of the 3rd committee of enquiry of the 19th legislative period pursuant to Article 44 of the Basic Law, printed matter 19/30900 of 22.06.2021

УДК 658:338.242

Новікова Т.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Мельник М.С.
студентка групи АМ-12М
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ФОРМУВАННЯ КРИЗ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сьогоднішній день економіка України переживає складні часи. Багато факторів, як зовнішніх, так і внутрішніх призводять до банкрутств господарюючих суб'єктів. Нестабільне геополітичне становище, конфлікт на Сході України, пандемія COVID19, спад промисловості, скорочення інвестицій, жорсткість грошово-кредитних відносин та багато інших факторів відчули на собі більшість українських підприємств. Але не тільки загальна ситуація в країні та зовнішні фактори здійснюють руйнівний вплив на фінансовий стан підприємств, багато що залежить від фінансового управління та задач, які ставить перед собою керівництво суб’єкта господарювання. Виходячи з цього, вчасне використання методів визначення кризового стану, підходів до аналізу фінансово-господарської діяльності та вміння розробки плану оздоровлення підприємства стає необхідним для ефективного управління ним [1]. З кожним роком кількість підприємств-банкрутів невпинно зростає. Це спонукає вчених до пошуку нових шляхів вирішення цієї проблеми, адже прогнозування та визначення ймовірності банкрутства є необхідними заходами для завчасного попередження та подолання кризових явищ на підприємстві. Тому дана проблема є вкрай важливою і залишається на сьогодні досить актуальною.

Банкрутства великих підприємств наносять нищівний удар по економіці країни, вони призводять до коливань курсу національної валюти, втрати великої кількості робочих місць, локальної економічної нестабільності. Співвідношення збиткових підприємств в Україні до прибуткових за галузями представлено на рис. 1 [2]. Отже, з найгіршим фінансовим результатом рік закінчили підприємства наступних галузей – мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, транспорт, складське господарство та підприємства, які працюють у сфері нерухомості, що пов’язано з світовою пандемією та локдаунами. Нажаль, рівень життя і купівельна спроможність населення в Україні погіршилася останнім роком у зв’язку з глобальною пандемією також. Як наслідок, Україна за показником «розрішення банкрутства» займає у 2019 році неприпустимо низьке 149 місце між Самоа (148 місце) та Бангладешем (150 місце) серед 190 країн світу згідно з дослідженнями Світового банку [2]. Але якщо порівнювати показники України за 2019 та 2020 роки (рис. 2), то можна спостерігати суттєве покращення за деяким показникам.

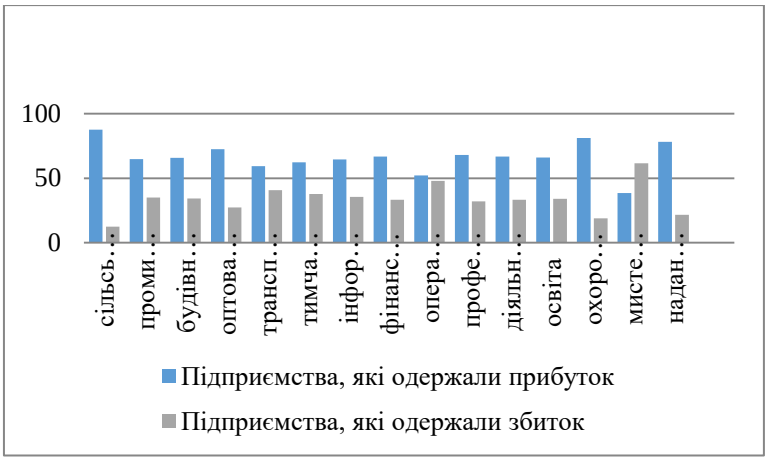


Рис. 1. Співвідношення збиткових підприємств в Україні до прибуткових за галузями у 2020 р.

Наприклад, «отримання дозволу на будівництво» за яким ми посіли 35 місце, проти 140 у рейтингу 2019 року та за показником «оподаткування» (43 місце, проти 84). Нажаль, за показником «вирішення проблем неплатоспроможності» Україна піднялась у рейтингу лише на 1 позицію.

Рис. 2. Зміна позицій України за основними компонентами рейтингу ведення бізнесу 2019 – 2020 рр.

Тим не менш, навіть невелике покращення в українському економічному кліматі це дуже добре, бо чим привабливіші та кращі умови для підприємницької діяльності в країні, тим менше ймовірність формування кризових становищ на окремих підприємствах [4]. Таким чином, проаналізувавши актуальну статистичну інформацію, а також бізнес клімат в Україні за останні роки, можна сказати, що сьогодні проблеми в прогнозуванні та попередженні формування фінансових криз на підприємствах досі не вирішені, як локально так і глобально. Особливо

потрібно наголосити на наступних проблемах: недосконала законодавча база з регулювання питання банкрутства підприємства, яка вимагає доопрацювання з залученням не тільки вітчизняних та іноземних експертів, а й представників бізнесу; відсутність безкоштовних та відкритих статистичних джерел даних, які б дозволили займатися питанням банкрутства на усіх рівнях, від провідних вчених до студентів; слабкий контроль рівня банкрутства підприємств з боку державних органів; відсутність чіткої та результативної методики визначення та попередження банкрутства підприємств за видами економічної та промислової діяльності; відсутність підтримки державою малих та середніх підприємств; недостатність фінансування і кваліфікованих кадрів для формування спеціалізованих підрозділів на підприємствах, які б займалися антикризовим управлінням та попередженням банкрутства.

Отже, подальші напрями вирішення проблем формування та розповсюдження криз полягають в розробці комплексу прикладних інструментальних методик та механізмів оцінки загрози формування криз різного походження, які дозволяють своєчасно діагностувати можливість настання кризи на підприємстві, в також розробляти та приймати відповідні антикризові управлінські рішення. Сучасні технології ведення бізнесу передбачають впровадження проактивного управління, тобто управління на випередження, що включає в собі потужний блок прогнозування з вирішенням наступних задач : оцінка та аналіз схильності підприємства до кризи; аналіз фінансового стану і діагностика банкрутства підприємства; формування показників-репрезентантів; класифікація багатовимірних спостережень; розробка стратегії антикризового управління підприємством. Впровадження організаційно-економічної моделі діагностики та попередження криз та визначення загрози банкрутства підприємств дозволить приймати обґрунтовані рішення для подальшого управління підприємством на базі об’єктно-орієнтованих методик та концепцій узгодженості критеріїв оцінки.

Список використаної літератури:

1. Тоузані Тарік Формування методичних елементів управління поведінкою підприємства в умовах нестаціонарної економіки БІЗНЕС ІНФОРМ - №5-2018. (с. 477 - 482)
2. http://www.ukrstat.gov.ua/ - Державна служба статистики України
3. https://data.worldbank.org/ - World Bank Open Data
4. Полякова О. Ю., Булкін С. М. Модель підтримки прийняття рішень для попередження розповсюдження фінансової кризи в реальний сектор економіки ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ №2-2018. (с. 418 - 425)

УДК 332.72

Новосад Д. Ю.
аспірантка 2-го року навчання
кафедри аналітичної економіки та природокористування
Волинський національний університет ім. Лесі Українки
novosaddarina3@gmail.com

РИНОК НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ. ЖИТЛОВА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.

Ринок нерухомого майна на якому товаром виступає нерухомість є досить вагомою складовою ринкової економіки, оскільки він прямо пов'язаний із дотичними ринками, наприклад, із будівельним ринком та ринком, що надає свої послуги по нерухомості.

Щодо тенденцій та перспектив будівельного ринку України можна дати позитивні прогнози, адже, щороку спостерігаються темпи росту та обсягів будівництва. Але стабільною ситуацію на ринку нерухомості назвати тяжко. Адже, спостерігаємо тенденцію будівництва багатьох новобудов, а у великих містах України – Києві, Одесі та Львові та інших великих містах України пропозиція бере гору над попитом.

Взявши до уваги прогнози аналітиків, ціни на вторинному ринку найбільш вірогідно будуть стабільними. На первинному ринку ціни на квартири будуть стрімко зростати, це явище можна пояснити через падіння курсу іноземної валюти. У разі військової ескалації конфлікту ймовірно буде збільшення попиту на житло економ-класу у нових будинках у західних або центральних областях України, тому така ситуація також може привести до зростання цін. «Преміум-сегмент» на первинному ринку фактично не зазнає змін.

Щодо нерухомості під комерційне призначення – попит зростатиме стрімкими темпами. Станом на сьогодні у ВРУ вивчають законопроекти, що повинні позитивно вплинути на ринок комерційної нерухомості в Україні.

Отже, враховуючи вищезазначене, можна стверджувати, що ринок нерухомості в даний час є привабливим для інвестування.

Співвідношення робіт по будівництву відносно будівель житлового призначення стрімко зростає. (див. рис. 1).

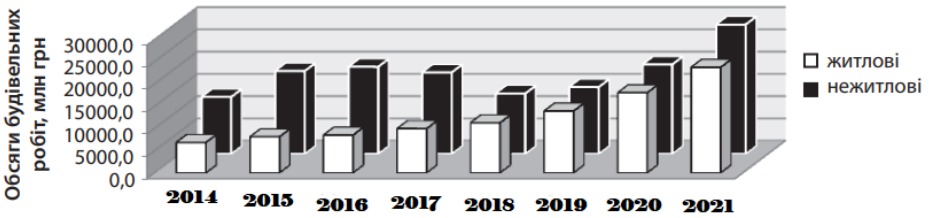


Рис. 1. Обсяги виконаних будівельних робіт в Україні у 2014 - 2021 рр.

В Україні ціни на нерухоме майно на вторинному ринку переважно зафіксовані у доларах США, а на первинному – ціни у гривневому еквіваленті і можуть суттєво варіюватися згідно із змінами курсу долара.

Щодо основних операцій, які існують на нерухомому ринку виділяють наступні: 1) купівля; 2) продаж; 3) оренда; 4) обмін.

Проаналізувавши продаж нерухомого майна, потрібно розглядати кожен ринок окремо. Сюди належить первинний та вторинний ринок житла.

Первинний ринок – ситуація в економіці, коли нерухоме майно прирівняне до товару та вперше постає на ринку [4]. До нього включаються здані в експлуатацію будинки, квартири або приміщення комерційного призначення. Пропозиції житлової нерухомості незбалансовано поділена між регіонами. Понад 44 % зданих у експлуатацію житлових об'єктів припадає на Київську, Одеську та Львівську області [7].

Вторинний ринок - характеризується продажем уже раніше придбаного нерухомого майна. На даному ринку інформація є максимально закритою, адже, реальна сума за якою укладається договір-купівлі продажу суттєво відрізняється від статистичних даних і основною причиною є податки. Тому, якщо нерухоме майно, що продається було у власності продавця більше ніж 3 роки, він повинен сплатити 1% державного мита. В іншому випадку, якщо нерухоме майно, що відчужується було у власності менше, ніж 3 роки, потрібно сплатити державне мито в розмірі 1%, податок на дохід в розмірі 5% та військовий збір – 1,5%. Цікавим є факт, що власники нерухомості комерційного призначення обов'язково повинні сплатити податок на дохід, що становить 5 %.

Щодо об'єктів комерційного призначення – кількість новозбудованих будівель під комерцію є малою і саме тому, попит перевищує пропозицію, тобто, багато малих та середніх підприємців завжди знаходяться в пошуках торгових точок чи офісів і тому ця проблема часто впливає на ціновий сегмент. Так, проаналізувавши ціни на нерухомість за останні 5 років можемо спостерігати суттєве зниження цін, проте на практиці ситуація протилежна, у зв'язку із девальвацію гривні та швидкого темпу інфляції. Якщо здійснити конвертування за курсом валют на відповідну дату стане очевидним збільшення цін.

Оренда – це надання в користування за орендну плату комерційного приміщення, житлового будинку або квартири її власником іншій фізичній чи юридичній особі на визначений строк або безстроково. Таке надання може здійснювати як підприємець, так і фізична особа. Договір оренди на термін до 11 місяців не потребує реєстрації в нотаріуса. Проте сплата податків є обов'язковою згідно з чинним законодавством. Оплата податку за надання в оренду власного нерухомого майна повинна проводитися 4

рази на рік протягом 40 календарних днів після останнього дня звітного кварталу. Сума податку за оренду житла в Україні на 2018 р. складає 18% та 1,5% від розміру доходу, який було отримано власником нерухомості від здачі свого майна (будинку, квартири або кімнати) [13]. Проте на даний момент 80% ринку оренди знаходяться в тіні, адже ніхто не хоче втрачати прибутки. На відміну від ринку купівлі-продажу нерухомості попит на ринку оренди має сезонний характер. Найбільший попит створюють студенти. Під час кожної вступної кампанії ціни на оренду житла у великих містах зростають на 5–10% і знижуються під час зимових свят. Таким чином, ціни на оренду у гривневому еквіваленті постійно зростають. Найбільшим попитом користуються двокімнатні квартири в дешевому ціновому сегменті.

Отже, прогнози росту та процвітання будівельного ринку України є позитивними, адже, щороку зростають об'єми будівництва та відповідно й ціни. Проте і надалі спостерігається нестабільна ситуація на ринку нерухомості, це зумовлено зростанням будівництва новобудов у великих містах України та коливаннями курсу іноземної валюти.

Список літератури

1. Павлов К.В. Оцінка конкурентоспроможності регіональних ринків житлової нерухомості України: монографія. Луцьк : ПрАТ «Волинська обласна друкарня», 2018. 482 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15676/1/final.pdf

2. Павлов К.В. Регулювання інвестиційно-житлових відносин в Україні: монографія. Рівне : НУВГП, 2013. 230с.

3. Павлов К.В., Павлова О.М. Формування та регулювання конкурентних відносин на регіональних ринках житла України : монографія / К.В. Павлов, О.М. Павлова. – Луцьк : видавництво «Терен», 2019 – 542 с. Режим доступу: http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/15852

4. Pavlov, K., Pavlova, O, & Kupchak, V. (2019). Integral Indicators Based on Competitiveness Capacity Characteristics of Regional Real Estate Markets of Ukraine. Journal of Competitiveness, 11(3), 87–108. https://doi.org/10.7441/joc.2019

5. Стрішенець О.М., Павлов К.В. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. Науковий вісник ужгородського університету. Серія «Економіка». Збірник наукових праць. Випуск 1 (47). Том 2. Ужгород, 2016. С. 35-38.

Павлішина Н.М.
к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика»
Беденко В.О.
Студент групи ФЕУ-219
Національний університет «Запорізька політехніка»

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Особливість динамічного сьогодення – поява інновацій в усіх сферах діяльності. Інноваційність – це об'єктивна реальність роботи підприємств та один з головних факторів розвитку і конкурентоспроможності.

У впровадженні інновацій важливу роль відіграє відділ маркетингу – відділ, робота якого пов'язана з тісним контактом зі споживачами, вивченням їх потреб та формуванням поведінки. Саме від успішної роботи відділу маркетингу залежить виведення на ринок нового товару, його просування, ціноутворення та у підсумку – комерційний успіх.

П. Друккер на початку 50-х років відмічав, що «з огляду на призначення – забезпечувати споживача – будь-яка організація здійснює дві і лише ці дві основні функції: маркетинг та інновацію» [5].

Таким чином інноваційний маркетинг можна визначити як «діяльність на ринку нововведень, спрямовану на формування або виявлення попиту з метою максимального задоволення очікувань та потреб, що базується на використанні нових ідей щодо товарів, послуг та технологій» [3].

Маркетингові аспекти інноваційного розвитку підприємств полягають [1, с. 76; 2; 4, с. 70]:

- створенні нового продукту. Ж.-Ж. Ламбен вважав, що джерелом ідеї нового товару є реальні потреби споживачів («інновації орієнтовані на попит») та засновані на фундаментальному дослідженні («інновації нав'язані підприємством») [4, с. 70]. Зауважимо, що удосконалення якісних характеристик товарів також свідчить про інноваційність. Ілляшенко С.М. зауважує, що близько 75% ідей нових товарів генерується на основі аналізу потреб ринку. Тож служба маркетингу повинна займатися аналізом ринку, вибором сегментів, які відповідають потенціалу конкретного підприємства і зовнішнім умовам [2];
- розробка нових технологій та способів виготовлення продукції чи надання послуг;
- використання нової сировини та матеріалів, з якісно іншими відмінностями, під час розробки нового товару. Досить часто використання традиційних для однієї галузі технологій дозволяє суттєво поліпшити характеристики товарів у іншій;
- збільшення конкурентоспроможності існуючого товару на зайнятих сегментах ринку;

- зміна у просуванні продукції на ринок. Щоб звернути увагу споживача на підприємство чи його товар потрібно постійно використовувати нові канали комунікацій, вміло поєднувати традиційні та новітні способи інформування, створювати сторінки підприємства у соціальних мережах, приєднуватись до спільнот, активно використовувати чат-боти і т.п. Також саме звернення повинне відповідати часу та враховувати сприйняття цільового сегменту (з урахуванням рівня поінформованості товарної інновації та відношення до неї);

- орієнтація на індивідуалізацію відносин. Через значну стандартизацію товарів та уніфікацію послуг споживачеві вже важно оцінити переваги одного виробника над іншим, тож саме персоніфікація відносин є важливим аспектом взаємодії. Вона має сильніше вираження на ринку промислових товарів та менше на ринку індивідуальних споживачів (у якості прикладу можна навести систему накопичення бонусів у магазинах, п'яте обслуговування зі знижкою тощо). Такі заходи сприятимуть становленні партнерських відносин.

Досить часто інноваційний маркетинг працює не з реальним товаром чи послуго, а лише з ідеєю. Завданням маркетологів є встановлення відношення споживачів до майбутнього товару, їх очікування, передбачення майбутнього рівня збуту та розрахунок прибутку. Адже саме прибуток буде спрямовано на компенсацію витрат які понесло підприємство розробляючи інноваційний товар.

Таким чином маркетинг має вагомий вплив на реалізацію інноваційної діяльності підприємств.

Список використаних джерел

1. Борисенко О.С., Тарабан М.В. Роль маркетингу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств в умовах глобалізації економіки. *Інфраструктура ринку*. 2017. Випуск 14. С. 75-80. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14_2017_ukr/15.pdf

2. Ілляшенко С.М., Рудь, М.П. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України. *Ефективна економіка*. 2017. № 6. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626

3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові інновації» / Укладач: Л.Я. Турчи. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 103с.

4. Ламбен, Ж-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СанктПетербург : Наука. 1996. 589 с.

5. Управленческие идеи П. Друкера. *Информационно-управленческий портал*. URL : https://port-u.ru/glava-1-teoreticheskie-osnovy-kontseptsii-klientoorientirovannogo-marketinga/1-1-klientoorientirovannyj-marketing-sushchnost-evolyutsiya-tendentsii-razvitiya/1608-upravlencheskie-idei-p-drukera

УДК 330.342.1

Панкратова О.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Котковський В.Р.
професор кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

СТІЙКИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У зв'язку з кризою техногенного типу вченими країн світу було розроблено концепцію, яка здатна дати відповідь у вирішенні численних глобальних проблем людства. Така концепція отримала назву Концепції сталого розвитку. Її основні положення лягли в основу програми «Порядок денний 21 століття», прийнятої в 1992 р. на Міжнародній конференції ООН з навколишнього середовища в Ріо-де-Жанейро.

У доповіді комісії Брундтландт сталий розвиток визначається як «здатність задовольняти потреби нинішнього покоління, не наражаючи на ризик можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби».

Своє бажання перейти на шлях сталого розвитку світова громадськість зголосилася на всесвітніх самітах ООН. Таким чином, нова концепція системно об'єднала три складові: економічну, природоохоронну та соціальну. Отже, постає завдання оптимального управління не тільки природно-ресурсним потенціалом, а й усією сукупністю природного соціокультурного багатства, яким володіє цивілізація конкретному етапі всесвітньо-історичного розвитку [1].

Більшість вчених поділяють триєдиний системний підхід до сталого розвитку. Відповідно до цього підходу, сталий розвиток ділиться на три складові: а) економічна стабільність (забезпечення економічного розвитку переважно на освоєних територіях; створення соціально та екологічно ефективної економіки, яка забезпечує гідний рівень життя громадян, конкурентоспроможність продукції); б) екологічна безпека (збереження та відновлення екосистем, стабілізація та покращення якості довкілля, зниження викидів шкідливих речовин тощо); в) соціальне благополуччя (збільшення середньої тривалості життя населення, планування сім'ї, раціоналізація особистого споживання, поліпшення середовища проживання людини, розвиток її соціальної активності, забезпечення рівних можливостей отримання медичної допомоги, соціальний захист незахищених груп населення).

Для оцінки успіхів сталого розвитку на міждержавному рівні країн-членів ЄС використовують 15 головних індикаторів, серед яких пріоритетними є показники економічного зростання, зайнятості та

соціального прогресу. Існуючі загальноприйняті індикатори сталого розвитку можуть бути для України орієнтиром на шляху переходу до сталого розвитку. Соціальний індикатор об'єднаний у п'ять агрегованих блоків: боротьба із бідністю; демографічна динаміка; сприяння освіті, підготовці кадрів та поінформованості суспільства; захист здоров'я населення; сприяння сталому розвитку поселень.

Найбільш значущі для України індикатори наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Індикатори сталого розвитку

Якість повітря	Обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферу на 1 мешканця (кг/ос).
Якість питної води	Середня за місяць кількість течій на міських мережах водопостачання. Показник каламутності води у квартирних кранах
Тверді побутові відходи	Забезпеченість сміттєзбиральною технікою. Обсяг вивезених стихійних звалищ до загального обсягу стихійних звалищ.
Захворюваність	Кількість дітей із вродженими патологіями на 1 тис. новонароджених.
Громадськість	Кількість громадських організацій у місті.
Безробіття	Рівень безробіття (у відсотках).
Використання ресурсів та енергозбереження	Кількість встановлених у квартирах лічильників холодної та гарячої води.
Рівень прибутку	Частка жителів, дохід яких не перевищує рівня риси малозабезпеченості.
Громадський транспорт	Кількість одиниць громадського транспорту на 10 тис. мешканців. Питома вага громадського автотранспорту у загальній кількості автотранспорту.
Житлові умови	Співвідношення ціни 1 кв.м житла та середньої заробітної плати.

Перехід до сталого розвитку охоплює практично весь комплекс внутрішніх проблем розвитку країни, включаючи інвестиційну та структурну політику, питання зміни структури споживання, охорони, раціонального використання природних ресурсів, економічної та екологічної безпеки, соціальної, науково-технічної та регіональної політики, а також зовнішньоекономічних та внутрішньополітичних аспектів, у яких екологічний чинник відіграє значну роль.

Україна прагне включитися до суспільно-економічних процесів сучасного світу, інтегруватися до європейської спільноти. Визначення

європейських орієнтирів внутрішньої та зовнішньої політики змушує по-новому осмислити принципи організації економічної діяльності як у самій країні, так і на міжнародній арені, внести суттєві зміни у розвиток векторів державної та регіональної політики [6].

Соціальний розвиток України вимагає невідкладних дій щодо подолання наявних інституційних загроз, які накопичувалися в Україні протягом останніх десятиліть, а саме: значна втрата та деформація людського капіталу, демографічна криза, значне погіршення умов життя, низькі стандарти оплати праці, недосконала політика зайнятості населення.

Основними напрямками якісного покращення людського розвитку в Україні мають бути радикальні зміни у структурі сучасної економіки та ефективна соціальна політика держави. Сюди можна віднести: гарантування приватної власності та свободи підприємництва, ефективну антимонопольну політику, заохочення малого та середнього бізнесу, цільова підтримка тих галузей, які здатні швидко створювати робочі місця, модернізація сфери послуг, формування національної інноваційної системи з відповідною інфраструктурою та ефективним механізмом ін. У соціогуманітарній сфері такими напрямами можуть бути: зміна системи охорони здоров'я, підвищення рівня інтелектуального капіталу суспільства, стимулювання ефективної системи зайнятості у суспільстві, збільшення цільових інвестицій у соціальну інфраструктуру та людину, збалансований розподіл соціальної відповідальності між населенням, бізнесом та державою.

Недооцінка впливу розвитку людини на соціально-економічне зростання є однією із причин відставання України від багатьох країн, де розвитку людського потенціалу приділяється значна увага [2]. За різними оцінками, людські ресурси забезпечують 70-80% добробуту суспільства. Отже, людина одночасно є фактором і кінцевою метою розвитку будь-якої країни. Тому перехід України до сталого розвитку потребує певної трансформації політики у соціальній сфері, основними пріоритетами якої мають бути: збереження здоров'я людини, покращення демографічної ситуації, забезпечення соціальних гарантій, досягнення нормативів якості життя, прийнятих у розвинених країнах; досягнення орієнтирів сучасного рівня раціонального споживання всім верств населення, гуманізація громадських відносин з допомогою реформування систем управління, освіти, науки, культури, охорони здоров'я.

Список використаної літератури:

1. Вергун А.М., Тарасенко І. О. Концепція сталого розвитку в умовах глобалізації / А.М. Вергун, І.О. Тарасенко / Вісник КНУТД. – 2014. – № 2. – С. 207-218.

2. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контекст: моногр. / Міжнар. Рада з науки (ICSU) [та ін.]; наук. кер. М.З.Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2010. – Ч.2. Україна в індикаторах сталого розвитку. – 359 с.

УДК 005.346

Панкратова О.М.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Куцевол А.С.,
магістр,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

РОЛЬ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇСТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

В наш час серед науковців досі не склалося єдиної думки щодо розуміння поняття «клієнтоорієнтованість». Вчені схильні інтерпретувати його у різних випадках як цільовий вектор розвитку компанії, характеристику спрямованості маркетингу, параметр маркетингу взаємовідносин і т. д. На думку автора, найбільш вдало сформульований термін дає Б. Рижковський. Він визначає клієнторієнтованість як інструмент управління взаємовідносинами з клієнтами, націлений на отримання стійкого прибутку в довгостроковому періоді, що базується на трьох критеріях: ключовій компетенції, цільових клієнтах та рівності позицій [1, с. 124].

Основні елементи стратегії орієнтації підприємства на споживачів зображено структурно на рис. 1.

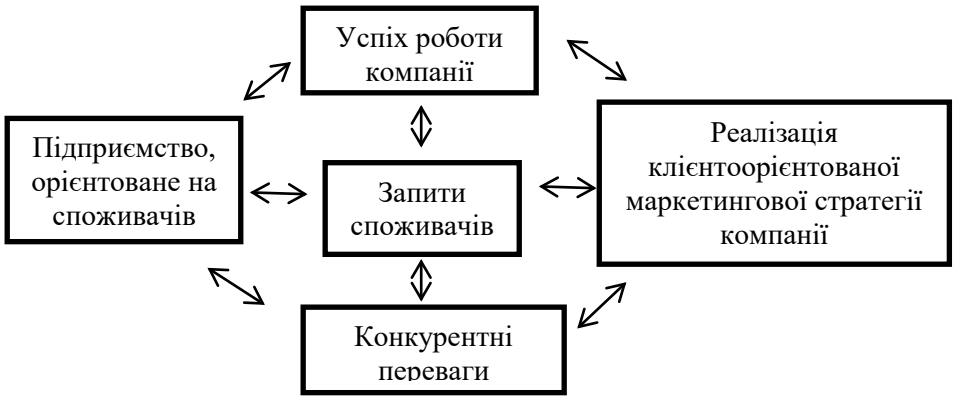


Рис. 1. Основні елементи стратегії орієнтації підприємства на споживачів

Основні принципи орієнтації на споживача, сформульовані О. Прокоф'євою, можна охарактеризувати так:

• споживач – це головна людина для компанії;

• орієнтація на внутрішнього, постійного клієнта, його задоволеність роботою компанії, а потім на потенційних клієнтів;

• відповідальність всіх співробітників за якість обслуговування клієнта та підвищення ступеня його лояльності компанії;

• якщо компанія не подбає про клієнта, це з задоволенням зроблять її конкуренти та ін. [2, с. 112].

Для чіткішої адаптації цієї стратегії до діяльності українських компаній можливе використання таких стратегій, як «спеціалізація по клієнту» і «орієнтація на кінцевого споживача». Підвищення клієнтоорієнтованості як організаційної стратегії означає зосередження на потребах клієнта. При цьому головною метою є не стільки стимулювання співробітників до постійної турботи про клієнтів та виконання їх побажань, а й виявлення вищим керівництвом інтересів споживачів при прийнятті ключових рішень. На рис. 2 зображено схему, відповідно до якої компанія повинна складати свою стратегію при орієнтації на споживача, тобто використовувати потреби та запити клієнта як ядро, навколо якого формуються зусилля компанії у всіх сферах її діяльності [4].

Рис. 2. Структура клієнтоорієнтованого підприємства
Джерело: складено автором за матеріалами [4]

Важливою є також оцінка того, наскільки ефективною є клієнтоорієнтована стратегія маркетингу, у чому полягають переваги застосування її в компанії. Дані питання та відповіді на них представлені в табл.1. Як видно з таблиці, клієнтоорієнтована діяльність компанії спрямована на поглиблення знань про клієнта, його повне розуміння та задоволення цільових індивідуальних потреб. В результаті виникає міцна взаємодія, зростання термінів співробітництва, перевищення економічних показників та покращення репутації компанії на ринку [3, с. 12].

Таблиця 1

Результативність клієнтоорієнтованої стратегії маркетингу

Які завдання компанії допоможе вирішити клієнтоорієнтований підхід?	У чому виражається результат клієнтоорієнтованості?	Які показники для оцінки рівня клієнтоорієнтованості?
- залучення та утримання клієнтів, зростання клієнтської лояльності; - підвищення доходів компанії; -надання інформації для кожного конкретного клієнта; -збільшення частки ринку; -розвиток компанії та клієнтів; - глибоке розуміння потреб клієнтів; - досягнення.	-підвищення рівня лояльності клієнтів; -поліпшення фінансових показників компанії; -підвищення ступеня відповідальності співробітника за свої дії; -збільшення попиту на товари та послуги компанії; -збільшення частки повторних покупок; -поліпшення репутації компанії	-відсутність скарг; -кількість нових клієнтів; -збільшення обсягу продажів; - частота повторних покупок; -перевищення показниками компанії середньоринкової норми; -зміни у внутрішній культурі; -збільшення терміну дії договорів

Джерело: складено автором за матеріалами [3]

Таким чином, можна зробити наступні висновки. Клієнтоорієнтованість є пріоритетним акцентом стратегії компанії, тому що вона передбачаєсукупність всіх зусиль на підвищення цінності клієнта, досягнення його лояльності, пошук можливості налагодження з ним довгострокової взаємодії. Клієнтоорієнтована стратегія підприємства націлена на залучення всіх співробітників компанії в процесі реалізації даної концепції та роботу в команді. Включення клієнтоорієнтованої стратегії до маркетингового менеджменту компанії має низку істотних переваг, таких як: підвищення її прибутковості, удосконалення системи знань співробітників, розуміння ними запитів клієнтів та можливостей їх утримання. Крім того, важливим є розуміння значущості орієнтації на клієнтів у філософії компанії, підвищення мотивації співробітників та лояльності клієнтів та багато інших. У кожній компанії в умовах сучасного ринку слід розглядати реалізацію клієнтоорієнтованої стратегії як генеральну лінію маркетингового менеджменту. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності організації та зростання її прибутковості.

Список літератури:

1. Рыжковский Б.Н. Когда клиент голосует деньгами ? // Управление компанией.–2015.–№7.–с.45.

2. Прокофьева О. Клиентоориентированность и мифы о ней. Эндиклопедиямаркетинга. 2010. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/client-centeredness_myths.htm.

3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2007. С. 278.

4. Лосев С.В. Управление отношениями с клиентами. // Журнал «Маркетинг в России и зарубежом». Режим доступа: http://www.mavriz.ru/articles/2006/1/4245.html.

УДК 336.02

Пономаренко Т.М.
Дробицький О.В.
здобувачі вищої освіти освітнього ступеня магістр
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ДО ПИТАННЯ ВИВЧЕННЯ ПІДХОДІВ ЩОДО ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Фінансова безпека України все дедалі частіше наражається на нові загрози. Оскільки каркас безпеки держави в процесі формування водночас із трансформацією економіки, її фінансова складова потребує окремої уваги. Наразі в Україні склалася ситуація за якої ми потребуємо негайного визначення та усунення загроз фінансовій безпеці.

Для характеристики рівня фінансової безпеки використовуються різні категорії: критерії, загрози, показники, порогові значення та ін. Наприклад до основних критеріїв забезпечення фінансової безпеки відносяться: достатність фінансових ресурсів, їх збалансованість та ліквідність, що підтримують сталий розвиток економічних підрозділів (держава, регіони, компанії та громадяни). А елементами фінансового забезпечення є: ефективність фінансової системи, тобто її здатність забезпечувати досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку держави; незалежність фінансової системи, тобто здатність держави самостійно визначати цілі, механізми та способи її функціонування; конкурентоспроможність фінансової системи, тобто її здатність повноцінно виконувати свої завдання та функції в умовах існування і впливу фінансових систем інших країн і світових фінансових агентів [1]. В свою чергу загрозами фінансовій безпеці прийнято вважати як-то низка реальних або потенційно можливих явищ та факторів. На нашу думку, такими на сьогодні в Україні вже є: недосконалість бюджетної політики; переважно фіскальний характер системи оподаткування; значні розміри державного та гарантованого державою боргу, проблеми з його обслуговуванням; різкі зміни рівня цін та курсу національної валюти; недостатні розміри золотовалютних резервів; невисокий рівень капіталізації банківської системи, невеликі обсяги довгострокового банківського кредитування та високі відсоткові ставки за кредитами; криміналізація та масштабний відплив капіталу в тінь і за кордон; фінансова залежність національної економіки від зовнішніх джерел; – нецільове використання коштів державного бюджету; складний фінансовий стан підприємств, недостатність власних коштів для формування необхідного інвестиційного потенціалу, незначні обсяги інвестицій; недосконалість нормативно-правової бази регулювання платіжно-розрахункових відносин, криза неплатежів тощо. І хоча ми

залишаємось на думці, що фінансова безпека є явищем багатогранним. Як вбачається, переважно проблеми фінансової безпеки знаходяться в площині банківського сектору. Це і підтверджує прийнята Стратегія економічної безпеки України на період до 2025 року, яка визначила недостатній розвиток довгострокового кредитування і значну частку непрацюючих кредитів у кредитному портфелі банків, у тому числі державного сектору – основними загрозами [2]. А отже, саме цьому напряму слід приділити увагу.

Аналіз загроз фінансовій безпеці передбачає виявлення їх джерел у зовнішньому та внутрішньому середовищі, класифікацію, ідентифікацію, визначення ступеня впливу (близькість до порогових значень) тощо. Обмежені фінансові ресурси та нездатність забезпечити стабільний репродуктивний процес роблять українську економіка дуже чутливою до впливу дестабілізуючих факторів та загроз фінансовій безпеці.

На підставі вищевикладеного, вважаємо за необхідне, з метою забезпечення фінансової безпеки зосередитись на наступному: по-перше є необхідним дослідити стан фінансової безпеки банківської системи держави; по-друге, переконані, що потрібно вивчення цієї проблеми починати розглядати на прикладі конкретного банку, бажано – крупного і державного; наступне, як було зазначено, визначення рівня буду знаходитись в призмі аналізу конкретних показників і порогових значень; по-четверте, це дасть змоги виявити загрози, що виникають, що в подальшому потребуватиме напрацювання заходів попередження і протидії їм.

Список літератури:

1. Івашко О. Фінансова безпека України в умовах кризових явищ в економіці / О. Івашко // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 2. – С. 61-65.

2. Стратегія економічної безпеки України на період до 2025 року: Рішення Ради національної безпеки і оборони України введено в дію Указом Президента України від 11 серпня 2021 року № 347/2021- Режим доступу: https://www.president.gov.ua/documents/3472021-39613

УДК 330.322:004.9:38.334

Петренко В.О.
д.т.н.,професор, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами
Національна металургійна академія України
Бушуєв К.М.
аспірант кафедри міжнародної економіки,політичної економії та управління
Національна металургійна академія України
Фонарьова Т.А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара
Устінов А.А.
аспірант кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня

ДО ПИТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРВІСУ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Інформаційний сервіс пов'язаний із обслуговуванням внутрішнього середовища підприємства, забезпечує зв’язок із зовнішнім середовищем та споживачами, завдяки інформаційній системі, яка повинна відповідати сучасному розвитку ІТ-технологій, бути гнучкою, щодо впровадження різного роду додатків, мати відносно просту конфігурацію, відповідати вимогам сучасної економіки знань та глобальній цифровізації.

Створення інформаційно-цифрових технологій, електронних гаджетів та дівайсів, програмних кодів, надання інформаційних послуг являють собою комерціалізацію знань, яке потребує відповідного захисту об’єктів права цифрової інтелектуальної власності (ОПЦІВ).

Інформаційний сервіс розглядається як комплекс систем, який забезпечує широке коло інформаційних та управлінських послуг для підвищення якості і ефективності управління складним економічним об'єктом. При цьому інформаційний сервіс базується на економіко-математичних методах та моделях, а також застосовує новітні інформаційні і комунікаційні технології [1].

Інтелектуалізація підприємництва, обумовлена тим, що продуктом підприємницької діяльності виступає інтелектуальний продукт.

Інтелектуальний продукт є різновидом інноваційного та володіє такими специфічними особливостями: невідчужуваність знання в процесі купівлі-продажу, зростаюча віддача від продукту (кожна наступна копія продукту обходиться істотно дешевше і приносить більше прибутку),

домінування в продукті витрат на НДДКР, наявність мережевого ефекту (придбання кожним наступним споживачем продукту приносить велику цінність для всіх споживачів), здатність приносити інтелектуальну ренту у вигляді платежів за користування ним (плата за ліцензію) [2].

Таким чином, впровадження інформаційного сервісу на підприємстві інтелектуальної сфери повинно бути відповідної якості, яка обумовлена вимогами розвитку ІТ-технологій, ураховувати інфраструктуру ринку інтелектуального підприємництва, процес комерціалізації та захисту об'єктів права цифрової інтелектуальної власності та інформатизаціюї всього суспільства та світу.

Такий проект доцільно розглядати як інвестиційний, з відповідною науковою й методичною базою для його обґрунтування, розробки, впровадження та оцінки ефективності.

Отже, з одного боку, залучаючи та поєднуючи інтелектуальні, інформаційні ресурси та бази даних створюється інтелектуальний продукт, який в ході комерціалізації перетворюється на об'єкт права інтелектуальної власності (ОПІВ).

А з іншого – створення системи інформаційного сервісу інтелектуального підприємства само по собі також може стати інтелектуальною власністю підприємства зі всіма правами та захистом при його комерціалізації, якщо, звісно, такий проект буде ефективним.

Поняття інвестиційної привабливості проекту досить складне, й не має чіткого визначення. Деякі вчені розглядають його досить широко, деякі зосереджують увагу на певних специфічних напрямках. Якщо мова йде саме про інтелектуальне підприємництво, то інвестиційна привабливість проекту по створенню інформаційного сервісу доречним, на думку авторів, є підхід який запропонований в [3], тобто: при формуванні системи оціночних індикаторів інвестиційної привабливості проекту використовують більш широкий підхід та розглядають крім фінансового стану підприємства й інші показники як зовнішнього так і внутрішнього середовища (рівень конкуренції, характеристики техніки й технології, організаційна структура підприємства, кадровий потенціал, життєвий цикл підприємства, рівень попиту на продукцію, ємність ринку та інші). Саме такий підхід повинен застосовуватись при визначенні інвестиційної привабливості об'єкта інвестування, виходячи з того, що він дозволяє більш повно й комплексно охарактеризувати стан підприємства й задовольнити при цьому вимоги різних груп інвесторів щодо необхідного обсягу інформації [3, с. 44].

Реальні інвестиційні процеси не можуть бути адекватно описані за допомогою традиційних статистичних моделей, оскільки, по суті, являються суттєво нелінійними, і мають або хаотичну, або квазіперіодичну, або змішану основу.

У даному випадку адекватним апаратом для оцінки інвестиційного проекту, є нейронні мережі, які здійснюють оцінку при наявності навчаючих послідовностей, причому, головним фактором яких є висока швидкість навчання та універсальні апроксимуючі можливості.

Досліджуючи процес оцінки інвестиційного рішення в межах підприємства інтелектуальної сфери з використанням можливостей нейронної мережі, пропонується створення компонентної двохконтурної моделі, яка ще має назву експертної. Така модель включає наступні етапи здійснення оцінки інвестиційного проекту: підбір критеріїв оцінки, рівень підприємства – внутрішній, тобто створюються точки діалогу інвестора та програмного продукту; визначення значимості критеріїв, тобто розрахунок значення критеріїв оцінки інвестиційного проекту з використанням нейронної мережі, ранжування критеріїв по результатам оцінки; отримання результату оцінки, програмний продукт дасть змогу інвестору-користувачу отримати результат на основі наявності або відсутності історичних даних по прийнятим проектам; розробка системи підтримки прийняття рішень (СППР) з використанням нейронної мережі, яка навчається, як на історичних даних прийнятих й успішних інвестиційних проектах,так й, за відсутності даних, зможе сформувати відповідне рішення; інтерпретація отриманих рішень, визначення класу рішень та категорій за яких його можливо прийняти [4].

Отже, підводячи підсумки, можливо зазначити, що інтелектуальне підприємництво здатне створювати інформаційне та програмне забезпечення для виконання складних завдань, таких як оцінка інвестиційних рішень для власних потреб, але ж ці досягнення можуть також стати об’єктами права інтелектуальної власності й бути реалізовані іншим підприємцям, та забезпечити таким чином отримання прибутку й конкурентоздатність підприємству інтелектуальної сфери.

Список використаних джерел:

1. Іванов М. М. Модель інформаційного сервісу в управлінні складними економічними об’єктами. Автореф. дис. … д.е.н за спец. 08.03.02. ДНУ, 2006.

2 Ахтямов М.К., Маляр Н.С., Боброва А.В. Интеллектуальная поддержка инновационного развития предпринимательства. *Вестник ЮрГУ. Т. 9. Серия «Экономика и менеджмент», № 21, 2012.* С. 109-115.

3 Довбня С.Б., Охлопкова Т.Л. Методичні засади формування інвестиційної привабливості підприємства. *Економічний вісник НГУ*. № 4, 2007. С. 43-50.

4 Бушуєв К.М.Савчук Л.М. Інформаційне забезпечення моделювання оцінки й селекції добору інвестиційних рішень з використанням нейронних мереж. ІІІ Міжнародна наук.-практ. інтернет-конф. «Управління проектами. Ефективне використання результатів наукових досліджень та об’єктів інтелектуальної власності». Дніпро: Юрсервіс, 2021. 540 с. С. 427-432.

УДК 65.012.32

Рибалко-Рак Л.А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Терів П. С.
магістрант освітньої програми «Менеджмент і адміністрування»
Гаврилюк О.О.
магістрант освітньої програми «Менеджмент і адміністрування»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ

Підвищенню ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємства сприятиме удосконалення організації управлінської праці через удосконалення організаційної структури управління підприємством, покращення умов праці та організацію планування особистої праці управлінського персоналу підприємства.

Актуальним питанням щодо проблеми організації управлінської праці в процесі управління персоналом підприємства присвячено дослідження широкого кола науковців, зокрема: Б. Андрушківа, Л. Балабанової, М. Виноградського, І. Герчикової, В. Данюка, П. Друкера, Й. Завадського, Е. Мейо, Г. Осовської, Р. Стюарта, М. Туган-Барановського, А. Файоля, Ф. Хміля, А. Шегди. Незважаючи на масштабність наукових розробок щодо процесу організації управлінської праці, її зміст та складові елементи є не повністю дослідженими, тому що постійні динамічні зміни зовнішнього оточення підприємства вимагають системного пошуку нових підходів до організації праці менеджерів та потребують подальшого їх розкриття й удосконалення процесу практичного впровадження в діяльність суб’єкта господарювання.

Управлінська праця реалізує функцію координації процесу виробництва, вона пов’язана з перетворенням інформації та вимагає залучення висококваліфікованих спеціалістів і характеризується високою складністю управлінського процесу, високим рівнем використання енергії, пам’яті і психічної напруженості суб’єкта управління. Управлінській праці притаманний специфічний творчий характер, що пов'язаний з постійним пошуком і вирішенням завдань в процесі управління [1, 2].

Організаційна структура системи управління персоналом підприємства є сукупністю взаємозалежних підрозділів і посадових осіб цієї системи. При цьому важливим інструментом виступає функціональний підрозділ управління персоналом, який безпосередньо не задіяний в управлінському процесі, але виконує ключову функцію щодо кадрового планування, залучення, прийому і відбору персоналу на підприємство, його адаптації, розвитку, звільнення, переміщення. Тому для досягнення узгодженості дій і взаєморозуміння управлінського персоналу в системі

управління підприємством, для забезпечення продуктивності, результативності та ефективності виконання процесів, необхідно здійснювати системний пошук нових підходів до організації управлінської праці, зокрема на засадах безперервного вдосконалення прийомів, інструментів і методів роботи, умов праці.

Під організацією управлінської праці розуміють порядок, правила службової поведінки в апараті управління, спрямовані на виконання перспективних і поточних завдань керівниками, фахівцями й іншими працівниками управління відповідно до діючих посадових інструкцій і положень про структурні підрозділи. Організація праці ґрунтується на розробці комплексу регламентів, що визначають місце і роль кожного структурного підрозділу і кожного працівника в системі управління, порядок взаємозв'язків між ними, форми впливу на об'єкт управління, взаємодію із зовнішнім середовищем [1].

Розроблені і реалізовані управлінські рішення в межах одного підприємства, які засвідчили свою ефективність, можуть виявитися хибними і небезпечними для інших об’єктів господарювання на ринку. Тому на сучасному етапі розвитку ринкового суспільства, в сучасних підходах до організації управлінської праці, діяльність менеджерів необхідно фокусувати не на типових стандартних рішеннях, а на спроможності швидкої оцінки господарських ситуацій і оперативного прийняття управлінського рішення за ситуаційним підходом, що є правильним і оптимальним у конкретних умовах функціонування. Альтернативність управлінських рішень, гнучкість та неординарність господарських комбінацій, унікальність кожного управлінського рішення в конкретній специфічній ситуації, що є наслідком якісної організації управлінської праці, гарантують стратегічний успіх підприємству.

Список літератури

1. Рибалко-Рак Л.А., Давидкін О.Є. Організація управлінської праці на підприємстві: прикладне значення та сучасні напрями впровадження. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров’я: тези доповідей XXIV міжнародної науково-практичної конференції, Ч. III (18-20 травня 2016 р., Харків) / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків, НТУ «ХПІ». С. 275

2. Чернушкіна О. О., Козак А. М. Особливості управлінської праці в сучасних умовах. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. 2016. Вип. 11. С. 654–658.

УДК 338.7

Нужда А.
здобувач вищої освіти
за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
***Науковий керівник**: Самарічева Тетяна Анатоліївна,*
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий потенціал дуже важливий для підприємства, тому що від його формування та використання залежать такі показники як: платоспроможність, фінансова стійкість, ліквідність і фінансовий стан в цілому. Тому на кожному підприємстві має бути розроблено ефективну систему оцінки та управління ним для підвищення результатів діяльності та подальшого розвитку. Основною метою управління фінансовим потенціалом має бути оптимізація фінансових потоків та ресурсів для максимального збільшення результативності своєї діяльності. Для цього підприємствам необхідно розробляти та використовувати у своїй діяльності відповідні саме їм стратегії фінансування та розвитку.

Фінансовий потенціал створює фундамент для трансформації наявного у підприємства ресурсного потенціалу на конкретні результати господарської діяльності підприємства. Фінансовий потенціал існує у вигляді сукупності фінансових ресурсів, які беруть участь у виробничо-господарській діяльності та характеризуються можливістю їх залучення для фінансування майбутньої діяльності, а також визначення стратегічного спрямування підприємства. Тому фінансовий потенціал поняття ширше, ніж фінансові ресурси та може відрізнятися від них з урахуванням ресурсів, які не задіяні у господарських процесах, але мають таку можливість теоретично та практично (явні та не отримані). Синтезуючи деякі підходи [1; 2; 3], можна дати таке визначення фінансового потенціалу – це сукупність усіх фінансових ресурсів та резервів, що вже є в наявності і ті, які можуть бути мобілізовані в подальшій діяльності з власних джерел, за допомогою фінансового ринку, а також ресурсів з джерел, які за будь-яким причин поки не задіяні, але які можуть загалом характеризувати усі фінансові можливості суб'єкта господарювання з урахуванням ринкової кон’юнктури та економічного потенціалу вцілому.

Здійснювати управління фінансовим потенціалом підприємства необхідно на основі принципу забезпечення узгодженості стратегічної, тактичної та оперативної адаптації підприємства до умов середовища.

Зазначені компоненти фінансового потенціалу мають наступний змістовний зміст:

оперативний фінансовий потенціал підприємства – можливості щодо підтримки платоспроможності підприємства на інтервалі часу оперативного планування в рамках прийнятого тактичного бюджету;

тактичний фінансовий потенціал підприємства – можливості фінансування операційної та інвестиційної діяльності підприємства у середньостроковій перспективі у рамках прийнятого стратегічного бюджету;

стратегічний фінансовий потенціал підприємства – це можливості підвищення ринкової вартості підприємства у довгостроковій перспективі шляхом фінансування інвестиційних проектів стратегічного призначення на основі забезпечення кредитоспроможності, фінансової стійкості, позитивної репутації та високої рентабельності капіталу підприємства.

Фактори, що визначають оперативний, тактичний та стратегічний рівень фінансового потенціалу, наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Фактори формування фінансового потенціалу підприємства

Група факторів пливу	Оперативний рівень фінансового потенціалу	Тактичний рівень фінансового потенціалу	Стратегічний рівень фінансового потенціалу
1	2	3	4
фактори, що визначають залишок коштів підприємства на початок і на кінець відповідного інтервалу	план залишків коштів підприємства у відповідності з ухваленим річним бюджетом; оперативний фінансовий потенціал у попередньому періоді	план залишків коштів підприємства у відповідності із прийнятим стратегічним бюджетом; тактичний фінансовий потенціал у попередньому періоді	фактори, що визначають залишок коштів підприємства на початок і на кінець відповідного інтервалу мають незначний вплив для стратегічного рівня потенціалу
фактори, що визначають значення потенційних надходжень від операційної діяльності в аналізованому періоді	оперативний виробничий потенціал; оперативний маркетинговий потенціал; обсяг фінансування операційної діяльності	рентабельність операційної діяльності; тактичний маркетинговий потенціал; тактичний інноваційний потенціал підприємства; обсяг фінансування операційної діяльності; обсяг фінансування інвестиційної діяльності підприємства	інвестиційна програма підприємства; рентабельність операційної діяльності на початок аналізованого періоду; імідж підприємства
фактори, що визначають значення потенційних надходжень від інвестиційної діяльності (реалізація необоротних активів)	план реалізації необоротних активів підприємства у відповідному періоді згідно прийнятого річного бюджету; показники (вартість, якість) активів, що підлягають реалізації у періоді	план реалізації необоротних активів підприємства у відповідному періоді згідно з ухваленим стратегічним бюджетом; характеристики (вартість, якість) активів, що підлягають реалізації у відповідному періоді	характеристики (вартість, якість) активів підприємства, які в принципі можуть бути реалізовані при заданому баченні діяльності організації

Продовження табл.1

1	2	3	4
фактори, що визначають значення потенційних зобов'язань	виплати основної суми кредитів та відсотків за раніше залученими короткостроковими та довгостроковими кредитами	виплати основної суми кредитів та відсотків за раніше залучених довгостроковими кредитами	виплати основної суми кредитів та відсотків за раніше залучених довгостроковими кредитами
фактори, що визначають значення потенційних надходжень	план залучення кредитів у відповідному періоді згідно річного бюджету; обмеження на обсяг залучення кредитів у	обмеження на обсяг залучення кредитів у відповідному періоді згідно прийнятого стратегічного бюджету; обмеження на обсяг	стратегічна кредитоспроможність, стійкість, репутація підприємства
позикових коштів	відповідному періоді, що накладаються кредитоспроможністю підприємства та його репутацією у кредитних установах	залучення кредитів у відповідному періоді як наслідок кредитоспро-можності підприємства та його репутації у кредитних установах	
фактори, що визначають значення потенційних обсяг коштів, який може бути залучено внаслідок емісії акцій	план емісії акцій у відповідному періоді згідно прийнятого річного бюджету; фінансовий стан та репутація підприємства у відповідному періоді	план емісії акцій відповідно до ухваленого стратегічного бюджету; фінансовий стан підприємства у відповідному періоді	капітал підприємства; рентабельність капіталу; репутація підприємства

Примітка. Систематизовано автором на основі [4].

Управління фінансовим потенціалом підприємства включає дві взаємопов'язані складові: керування процесами використання потенціалу; управління процесами його формування та розвитку. Управління використанням фінансового потенціалу полягає у встановленні параметрів відповідного бюджету підприємства, які, у свою чергу, є факторами нижчого рівня фінансового потенціалу підприємства. Управління стратегічним фінансовим потенціалом підприємства полягає у встановленні параметрів стратегічного бюджету підприємства. Відповідно стратегію можна трактувати як гіпотезу про те, яких стратегічних цілей компанія збирається досягти, а система стратегічного бюджетування «має допомогти топ-менеджменту перевірити цю гіпотезу» [3]. Вихідними даними для формування тактичного бюджету виступають контрольні значення планових показників у розрізі річних періодів (або кварталів, сезонів), задані на стратегічному рівні управління: операційний грошовий залишок наприкінці року; обсяг накопичень інвестиційних ресурсів протягом року; обсяг інвестиційних платежів протягом року. На основі зазначених показників стратегічного плану та поточних умов середовища

визначаються планові показники тактичного бюджету в розрізі місяців: операційний та загальний грошовий залишок на кінець кожного місяця; обсяг накопичень інвестиційних ресурсів за кожен місяць; план інвестиційних платежів у межах місяців; обсяг залучення позикових коштів; план здійснення непріоритетних платежів.

Таким чином, за наведеним підходом фінансовий потенціал підприємства розкривається через планування та прогнозування руху грошових потоків, а не тільки у вигляді розрахунку одномоментних фінансових показників, як це практикується у фінансовому аналізі.

Список використаних джерел:

1. Брюховецька Н. Ю. Модель управління фінансовим потенціалом підприємства: функціональний підхід. *Бізнес інформ*. №8. 2019. С. 129 – 135.

2. Громова А. Є. Фінансовий потенціал, як основа формування прибутку підприємства. *Інфраструктура ринку: Економіка та управління підприємствами*. 2017. №5. С. 75-78

3. Житар М. О., Ярова Л. С. Елементи механізму підвищення ефективності фінансового потенціалу підприємства. *Бізнес інформ*. 2020. № 11. С. 347–355.

4. Заруба В. Я., Потрашкова л. В. дескриптивная модель по тенциала предприятия. Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем: тези доповідей ііі міжнародної науково-практичної конференції 7 – 9 квітня 2011 р. Харків: Фоп александрова к. м.; вд «інЖЕк», 2011. С. 165 – 168.

УДК 321.524

Сергієнко О.А.
д.е.н, доцент, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»
НТУ «Харківський Політехнічний Інститут»
Самусь П.О.
магістрант кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
ННІ «Економіки менеджменту та міжнародного бізнесу»
НТУ «Харківський Політехнічний Інститут»

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПРИКЛАДІ СТАРТАПУ «HEALTH HELPER».

Особливе місце в сучасному світі займає інновація. Інноваційний розвиток є основою технологічного підприємництва. Технологічне підприємництво та інноваційний бізнес, по іншому – стартап (рис. 1). Це феномен що з’явився так давно як і власне люди почали створювати ідеї. На нашу думку, винахід колеса також був стартапом, проте винахідник навіть не задумувався про це. Саме в цифрову еру, стартап став інструментом за допомогою якого навіть найсміливіші ідеї можуть отримати шанс на життя. Історії двадцять першого сторіччя відомі приклади, коли інноваційна ідея розвинута на задньому подвір'ї приватного будинку ставала багатомільйонною технологічною компанією відомою на весь світ. Це і Hewlett-Packard, і Apple і багато інших.

1. Інноваційна ідея > **2. Стартап** > **3. Технологічне підприємсвто**

Рис. 1. Схема розвитку інноваційної ідеї

Стартапи – це незалежні організації, які молодші п’яти років і націлені на створення, покращення та розширення масштабованого, інноваційного, технологічного продукту з високим і швидким рівнем зростання [1].

Стартапи не мають створюють потік проривних, радикальних інновацій, але вони можуть досить позитивно впливати на формування економічного ландшафту країни [2]. Сьогодні стартапи отримають все більшу популярність та корисність у економіці світу.

Майже в кожній країні створюються осередки на базі бізнесу, наукових установ, університетів, активної громадськості, які активно просувають свої інноваційні ідеї або продукти на ринок товарів і послуг.

У середині 2019 року уряд України представив стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року [3].

Це суттєве досягнення для України, адже за всю історію незалежності урядовці разом з бізнесменами постійно наголошували на доцільності формування інноваційно орієнтованої економіки. Та все ж, на жаль, цей документ фактично нічим не відрізняється від подібних, адже не має відповідей стосовно механізмів фінансування, не визначено відповідальних за реалізацію стратегії .

Головна мета стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності України – це розбудова цілісної національної інноваційної екосистеми для перетворення креативних ідей на інноваційні продукти (послуги) з подальшим виведення їх на ринок. Найшвидшим шляхом у створенні інновацій є розвиток стартапів на базі вже існуючих розробок науково-дослідних інститутів, університетів і за ініціативою підприємців.

Кафедрою нашого університету, давно проявлено зацікавленність в тренді стартап-руху. Маючи досвід в участі в різних спеціалізованих інкубаторах, акселераторах та інших інструментах розвитку іноваційного бізнесу, ми працюємо над новою ідеєю.

А саме стартап «HEALTH HELPER» -- електронний вимірювач швидкості крові в судинах, з елементами IT екосистеми. Головним розробником та ідейним натхненником проекту, є: доктор технічних наук, професор, Заслужений діяч науки України – Юрій Осенін. Розробка виникла у професора не просто так, вимірювання швидкості крові, досить специфічна операція якої немає у аналогічних приладів, або вона реалізована формально, без наукової інтерпретації знятих показників.

Зараз зняття показників швидкості крові з прийнятною точністю відбуваються тільки на стаціонарних УЗД апаратах які собі не можуть дозволити багато клінік, не кажучи про приватну лікарську практику і тим більше особисте користування.

Серед основних переваг пристрою зазначимо такі: висока точність вимірювань, мобільність пристрою, простота застосування, потенційна можливість для ведення електронної статистики вимірювань (функція не в складі MVP). Зупинимось на кожній функціональній особливості пристрою окремо:

1. Висока точність вимірювань досягається за рахунок використання відомих науково доведених способів збору інформації з судин.

2. Мобільність пристрою, розмір в умовах прототипу не перевищує розміру смартфону, вага незначна що дозволяє використовувати прилад для виїзних бригад швидкої допомоги, в домашніх умовах. Також в важко-доступних місцях під час ветеринарних обстежень тварин.

3. Простота застосування приладу, досягається за рахунок

зручності зняття показників, достатньо лише прикласти два сенсори до необхідного місця, та за рахунок миттєвого отримання результату дослідження швидкості руху крові в судинах.

4. Ведення електронної статистики вимірювань (функція не в складі MVP). Для підвищення точності вимірювання, боротьби з екстремумами наприклад, похибками що можуть виникнути через людський фактор, можливе проведення серії вимірювань через невеликий проміжок часу.

Таким чином, вирішення специфічних проблем особистості, може віднайти своє відображення в соціально корисному проекті. А саме, вимірювання швидкості крові може стати доступнішим і допомогти попередити важкі наслідки що трапляються від недостатньої уваги приділеної судинам. А далі ще більше, у випадку успіху такого стартапу, він створить робочі місця, і принесе значний соціально-економічний ефект як для нашої держави так і для усього світу.

Список літератури:

1. Evtushenko Victoria. TRENDS OF DEVELOPMENT OF STARTUPS MOVEMENT IN UKRAINE [Електронний ресурс] / Evtushenko Victoria, Kudinova Marina // bses.in.ua. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://bses.in.ua/journals/2019/48_2_2019/9.pdf.

2. Startapy v Ukraini: yak zdolaty “dolynu smerti” [Startups in Ukraine: How to Overcome the Death Valley]. https://dt.ua. 2019. URL: https://dt.ua/macrolevel/ startapi-v-ukrayini-yak-zdolati-dolinu-smerti-326705_. html.

3. Stratehiia rozvytku sfery innovatsiinoi diialnosti na period do 2030 roku : Rozporiadzhenniam Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10 lypnia 2019 roku № 526 p. [Strategy of development of the sphere of innovative activity for the period till 2030] https://zakon.rada.gov.ua. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019- %D1%80#n12

УДК 37.07:005.33

Ситник Л.С.
доктор економічних наук, професор
ДонНУ імені Василя Стуса
Біша К.В.
Магістрантка економічного факультету
ДонНУ імені Василя Стуса

ІНВЕСТУВАННЯ У СФЕРУ ОСВІТИ ЯК ПРІОРИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ

Освіта та наука - дві неперервно пов'язаних галузі. З одного боку, освіта формує фундамент для розвитку проблемно-пошукового мислення, з іншого – наука формує базис та визначає основні пріоритети розвитку освіти. Роль сучасної освітньої сфери полягає у формуванні здатності людей до самоосвіти та критичного мислення, без яких не можливий науковий пошук. Рівень розвитку освіти та науки відіграє визначальну роль для прогресу суспільства та підвищення добробуту громадян.

Закон України «Про освіту» визначає основну мету освіти як «всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору» [1].

На сьогодні освітня галузь представлена розгалуженою мережею закладів та установ освіти різних рівнів та підпорядкувань. Бюджет МОН України 2021 р. на розвиток освіти та науки складає 140 млрд грн. Середньооблікова кількість штатних працівників у сфері освіти та науки становить 1344,5 тис. осіб [2], що складає 19% від загальної кількості штатних працівників України і робить дану галузь однією з найбільш людино-містких. Для порівняння, найбільший відсоток охоплення працездатного населення спостерігається у промисловості - 25%.

Найбільш ефективною можна вважати політику держави стосовно модернізації мережі закладів дошкільної освіти (ЗДО): станом на початок 2021 р. мережа ЗДО налічує 15,3 тис. закладів у яких виховуються 1151тис. дітей. Для міської місцевості рівень покриття мережею ЗДО складає 80-90%, в той час як у сільській місцевості заклади використовуються лише на 2/3 потужності[3].

Найменш ефективною можна вважати мережу закладів середньої освіти. Витрати на утримання одного учня у сільській місцевості сягають 140 тис. грн. на навчальний рік при наповнюваності класів від 2 до 8 учнів, у той час як для міської місцевості витрати приблизно рівні 30 тис. грн. при наповнюваності класів 25-30 учнів[3].

Дистанційна освіта в умовах пандемії стала особливо важким викликом для педагогів з віддалених міст та містечок, де доступ до мережі інтернет закладів освіти був і залишається радше винятком ніж правилом. У сільській місцевості суттєву роль в покритті дистанційним навчанням дітей також відіграє матеріальний добробут родин, адже переважна більшість жителів сільської місцевості знаходяться за межею бідності.

За даними міністерства фінансів станом на кінець 2020 року було виділено 52 мл. грн. з коронавірусного фонду на повернення коштів за пробне ЗНО 2020. На засоби індивідуального захисту у 2020 році було виділено лише 9% від потреби галузі, та й ті були перерозподілені з інших освітніх бюджетних програм [4]. Такий підхід недвозначно ілюструє ставлення влади до питань розвитку освіти та науки.

Особливо гнітючою є дана ситуація з огляду на фінансування державою наукових досліджень та співфінансування інноваційної діяльності підприємств. За даними державної служби статистики частка держави у фінансуванні інноваційної діяльності промислових підприємств склала лише 1,9% [5]. Підприємства вимушені вкладати в інноваційну діяльність 85% власних коштів, що суттєво знижує обсяг інноваційного виробництва та інноваційно-активних підприємств (8,5%). Як результат – зниження до 4х разів обсягу реалізації інноваційної продукції з 2010 до 2020 року, а частка витрат на наукові дослідження у ВВП за останнє десятиліття стабільно знижується і не сягає навіть 1%.

Джерелами фінансування освітньої галузі є: державний бюджет, обласні та місцеві бюджети, донорські кошти від участі окремих закладів освіти у регіональних та міжнародних грантових проєктах, благодійні внески небайдужих громадян та окремих громадських організацій.

На практиці державний бюджет забезпечує фінансування переважно на оплату праці педагогічних працівників галузі та окремі освітні реформи, такі як «Нова українська школа». Місцевим бюджетам (переважно дефіцитним) залишається фінансування оплати праці технічно-обслуговуючого персоналу та забезпечення функціонування закладів (оплата комунальних послуг, енергоносіїв, утримання будівель, забезпечення витратними матеріалами). Чимала частка інвестицій припадає на активну позицію керівника закладу, який є ініціатором і реалізатором участі закладу у грантових проєктах, які є чи не єдиним джерелом формування якісної матеріально-технічної бази сучасних закладів освіти.

Можна виділити такі основні причини проблем із залученням інвестицій у сферу освіти:

- застаріла авторитарна управлінська модель більшості закладів освіти та розгалужена система підпорядкувань;
- невідповідність кваліфікації (більшості)освітніх управлінців (у більшості освітніх управлінців є лише вища педагогічна освіта, а кваліфікаційні вимоги до кандидатів на посаду директора ЗО не зобов'язують кандидата здобувати управлінську освіту);
- недосконала система підвищення кваліфікації освітніх управлінців;
- відсутність фінансової автономії більшості закладів освіти.

Таким чином, перед освітньою галуззю постають наступні критичні проблеми:

1. Залишковий принцип фінансування з боку держави та місцевого бюджету.
2. Застаріла матеріально технічна база та недоцільність використання фінансування на місцях, що обумовлює необхідність оптимізації мережі закладів освіти на всіх рівнях: від дошкільної до вищої.
3. Проблема формування якісних управлінських кадрів у сфері освіти та необхідність реформування підходів до структури управління у сфері освіти.

Усі ці проблеми сповільнюють розвиток та суттєво впливають на якість функціонування галузі освіти та мають безпосередній вплив на темп економічного зростання та суспільного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про освіту» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text

2. Державна служба статистики України: Демографічна та соціальна статистика/Ринок праці/Оплата праці та соціально-трудові відносини. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zp.htm

3. Державна служба статистики України: Демографічна та соціальна статистика/Освіта. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

4. Аналітичний центр Cedos: Освіта в умовах пандемії у 2020/2021 році: аналіз проблем і наслідків. URL: https://cedos.org.ua/researches/osvita-v-umovah-pandemiyi-analiz-problem-i-naslidkiv/

5. Державна служба статистики України: Економічна статистика/Наука, технології та інновації. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm

УДК 004.9:005.6:658

Ставерська Т.О.
к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Панфілова Я.А.
аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Державний біотехнологічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ ТА ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Інновацію можна позиціонувати у подвійному ракурсі – як кінцевий результат творчого процесу, який втілюється у вигляді нового продукту, технології, методу тощо, та як процес отримання цього результату, запровадження нових технологій, методів або удосконалення старих. При цьому основою успішного інноваційного розвитку є створення кластерів інновацій, тобто пакету базисних інновацій, які реалізуються одночасно [1]. Таким чином, під інноваціями у ресторанному бізнесі пропонується розуміти творчий підприємницький процес створення та/або удосконалення й комерціалізації нового продукту, послуги чи технології із відповідною трансформацією методів управління, які обумовлюють підвищення ефективності бізнес-процесів із одночасною біфуркацією якісних параметрів управління та утворюють підґрунтя для подальшого розвитку в цілому.

Сучасні підприємства ресторанного бізнесу мають можливість впроваджувати інноваційні технології у кожному бізнес-процесі. Інновації в ресторанному господарстві, з одного боку, можна охарактеризувати як виробничі (виробництво продуктів харчування), а з іншого – невиробничі (надання послуг з організації харчування та не пов’язаних з цим процесом послуг) [2]. При цьому усі види інновацій в ресторанному бізнесі надають певні переваги як виробникам продукції та послуг, так і споживачам.

Сучасні умови господарювання обумовили певну трансформацію комбінаторної кластерізації інновацій. На нашу думку, в ресторанному бізнесі комбінації інновацій можна класифікувати за такими критеріальними ознаками: маркетингові; продуктові (асортиментні); економічні; соціальні; організаційні; управлінські; ресурсні; технологічні; інформаційні технології (цифрові) (див. табл. 1).

Слід зазначити, що цифрова компонента інноваційного розвитку ресторанного бізнесу обумовлює прискорення впровадження усіх інших компонент, утворюючи повноцінний інноваційний кластер. Іншими словами, діджиталізація створює підґрунтя для інноваційних форматів управління бізнес-процесами закладів ресторанного бізнесу, які дозволяють сформувати власну екосистему інформаційно-комунікаційної взаємодії зі

споживачами та іншими стейкхолдерами, що ґрунтується на клієнтоорієнтованості, інноваційності, партнерстві та синергії, із одночасною біфуркацією якісних параметрів управління.

Таблиця 1

Сучасні види інноваційних комбінацій у ресторанному бізнесі

Види інновацій	**Основний зміст**
Маркетингові	Програми стимулювання лояльності споживачів та просування товару – зовнішня реклама; рекламна поліграфічна продукція; створення та просування власного сайту; сувенірна продукція із фірмовим знаком; SMM (SocialMediaMarketing); E-mail маркетинг; «нові медіа» та робота з лідерами думок (opinionleaders); партнерські програми та співпраця різногалузевих бізнесів – event-маркетинг, презентації, друкована рекламна продукції в інших сферах бізнесу; нейромаркетинг тощо.
Продуктові (асортиментні)	Базуються на концепції «управління емоціями і враженнями клієнта» (Customer experience management) – концептуальне меню (національна кухня; healthy food; еко-меню; патентування нових страв та їх оформлення тощо.
Економічні	Нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності, мотивації та оплаті праці, оцінці результатів діяльності.
Соціальні	Нові форми активізації людського чинника, включаючи процес зміни умов праці, культурних, екологічних та політичних аспектів; впровадження номенклатури додаткових послуг.
Організаційні	Передбачають нові форми функціонування персоналу; відкриття інноваційних форматів закладів ресторанного бізнесу: «Street Food», «Fast Food», «Quick Service», «Fast Casual», «родинний», «Casual Dinning», «гастрономічний ресторан», «Party», «Free-Flow», «євроїдальня», «ресторан з самообслуговуванням», «експо-кухня» тощо.
Ресурсні	Спрямовані на пошук нових ресурсів для розвитку підприємств – фінансових, сировинних і т.д.
Технологічні	Упровадження нових технік і технологій приготування страв; удосконалення обладнання і т.п.
Управлінські	Спрямовані на упровадження сучасних інноваційних технологій управління бізнесом; створення адаптивних бізнес-моделей.
Інформаційні технології (digital)	Цифровізація усіх бізнес-процесів за допомогою сучасного програмно-технічного забезпечення та інформаційних технологій; впровадження комплексів web та телекомунікаційних рішень для взаємодії із партнерами, споживачами та іншими стейкхолдерами.

Дослідження концепції діджітал-простору [10], концептуальних рамок цифрової трансформації управління бізнесом великих корпорацій [3] та візії цифрової адженди України [4] дозволило визначили основні вектори та завдання цифрової трансформації управління бізнесом (рис. 1):

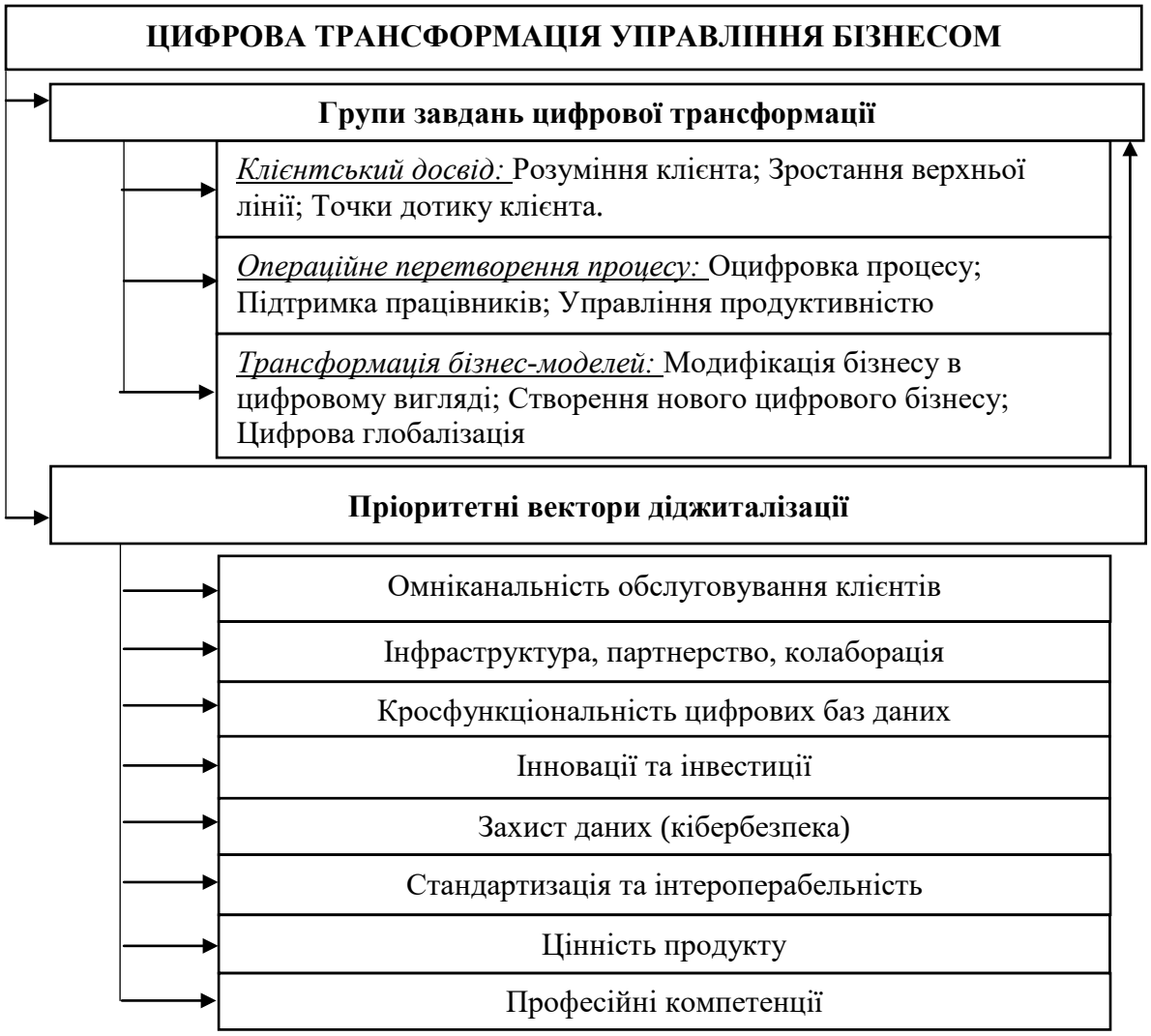


Рис. 1. Основні завдання та вектори цифрової трансформації управління бізнесом

Список використаної літератури

1. Shtal T.V., Staverska T.O., Svitlichna V.Yu. et al. Digitalization as a Tool for Ensuring Innovative Development of Restaurant Business. *Estudios de economía aplicada*. 2021. Vol. 39, NºExtra 5. URL: http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4898.
2. Завгородня О. Є., Ткач М. М. Додаткові послуги й інновації в соціокультурному просторі. *Культура України.* 2016. Вип. 52. С. 129–139.
3. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable Development Of Enterprises With Digitalization Of The Economic Management. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29. No. 8s. P. 2370–2378. URL: http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/14712/7500
4. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html

УДК 334

Степаненко Н.О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПОЛІПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Соціально-економічні стимули інноваційної діяльності є передумовою та одним з головних факторів якісного технологічного прориву розвитку регіонів та економіки держави в цілому, що має особливе значення в сучасних умовах глобалізації та зростання відкритості економіки України.

Стратегічний напрямок розвитку України, націлений на євроінтеграцію, зумовлює забезпечення відповідності показників економіки України параметрам економіки Європейского Союзу (ЄС). А саме, завдання соціально-економічного та екологічного розвитку повинні бути взаємоузгодженими і визначатися з урахуванням основних параметрів сталого розвитку. Сьогодні створення механізму сталого соціально-економічного розвитку регіонів стає одним з найважливіших факторів інтеграції, який, в свою чергу, залежить від можливості виробництва і реалізації товарів, які відповідають вимогам світових ринків за рівнем якості, за ціною та за рівнем сервісу. Також, соціально-економічний розвиток регіонів залежить від результатів та якості діяльності органів управління, у напряму подолання розбіжностей в економічних показниках України порівняно з показниками країн-членів ЄС; забезпечення стабільного, збалансованого розвитку регіонів та національної економіки.

Актуальним питанням сьогодення є розробка механізму мотивування інноваційного розвитку регіонів з метою запобігання кризових явищ та вивід регіонів на більш якісний рівень розвитку. Це впливатиме на покращення на регіональному рівні, а також сприятиме стабілізації національної економіки України в цілому. Мотивація інноваційного розвитку регіонів України, що спрямований на досягнення достатнього рівня сталого розвитку, на сучасному етапі є вкрай необхідною.

У загальному розумінні інноваційний розвиток – це процес створення, впровадження та поширення інновацій, що задовольняють нові суспільно-економічні потреби, з метою якісних змін об’єкта управління та отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або інших ефектів у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі. Узагальнення досліджень [1, 2] показує, що в економічній науці інноваційний розвиток розглядається як процес господарювання, що ґрунтується на безперервному пошуку і використанні нових способів та

сфер реалізації потенціалу національної економіки, регіону та підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища, які спрямовані на досягнення позитивних зрушень, пов'язаних із впровадженням інновацій, та сприяють зростанню соціально-економічного та екологічного ефекту.

Формування стратегії інноваційного розвитку держави, регіону та підприємства, однією зі складових якої є інноваційна політика, передбачає наявність певних базових принципів, визначення функцій, методів управління та розроблення відповідних інструментів. Серед основних функцій управління інноваційним розвитком можна виділити такі:

прогнозування та планування;

контроль та регулювання;

організація;

мотивація.

В процесі реалізації інноваційного розвитку надважливу роль відіграє узгодженість всіх рівнів управління. На цей процес впливає різниця інтересів різних суб'єктів ринку. Так, наприклад, основними інтересами підприємства є зміцнення та покращення ринкових позицій, підвищення конкурентоспроможності, вихід на нові ринки збуту, максимізація прибутку. Інтереси регіону пов'язані з формуванням збалансованої регіональної економіки, зростанням рівнем зайнятості в регіоні, створенням платоспроможного регіонального бюджету, зміцненням екологічного стану населених пунктів і території загалом. Державні інтереси полягають у стабільному і збалансованому розвитку національної економіки, зростанні обсягу та структури валового внутрішнього продукту (ВВП), платоспроможності населення й уряду, відповідності бюджету розвитку соціально-економічних програм країни.

Формування стратегії інноваційного розвитку є одним з головних завдань, що зможе забезпечити можливість періодичного перегляду пропорцій між темпами розвитку наукового, технічного і виробничого потенціалів регіонів окремо, та країни вцілому. Отже, одним з найголовніших принципів формування механізму і системи управління інноваційної політики може бути створення сприятливих умов для оптимального розвитку науково-технічного потенціалу національної економіки.

Успіх України в формуванні сприятливого інноваційного середовища та її місце у глобальній економіці безпосередньо залежить від рівня розвитку вітчизняної науки і технологій. Інвестиції в майбутнє країни реалізуються шляхом організації заходів щодо інноваційної політики, формуючи таким чином національні конкурентні переваги і створюючи надійну основу для модернізації та інтеграції України до європейського і світового простору знань.

Найбільш повно дослідити напрями нноваційного розвитку для посилення позиції регіонів і економіці вцілому можна з урахуванням всіх аспектів інноваційної діяльності: економічного, соціального, наукового, екологічного тощо.

Список використаної літератури

1. Ілляшенко С. М. Управління екологічними ризиками інновацій : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка / С. М. Ілляшенко, В. В. Божкова. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2014. – 214 с

2. Прокопенко О. В. Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності : монографія / О. В. Прокопенко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2019. – 395 с

3. Kozlova, A. I. (2013), "Stages of formation of innovative development strategies in EU countries", [Online], available at: www.business. inform.net

УДК 321.524

Степуріна С.О.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі
та експертизи товарів
Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут"
м. Харків, Україна
Ломовцева В.К.
Студентка 6-го курсу кафедри підприємництва,
торгівлі та експертизи товарів

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ

В умовах процесів глобалізації, розвитку сучасних цифрових технологій значною мірою прискорюється динаміка розвитку світових ринків, дедалі більшим стає рівень конкуренції. Такий стан речей посилює необхідність використання нових методів та інструментів маркетингових дослідження та рекламних інструментів.

Маркетингові дослідження виступають важливим інструментом діагностики ринку, тоді як ефективні рекламні кампанії – ключовим інструментом позиціонування суб’єкта господарювання, його товарів та послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Маркетингове дослідження – це збір, обробка і аналіз даних про ринок, конкурентів, споживачів, ціни, внутрішній потенціал підприємства з метою зменшення невизначеності, супутнього прийняття маркетингових рішень. Рекламна кампанія, у свою чергу, є основою рекламної діяльності, просування та позиціонування в системі маркетингової діяльності. Рекламна кампанія – це реалізація цілого комплексу чітко продуманих і запланованих рекламних заходів в певний період часу, в певному місці і націлена на цільову аудиторію [4].

Маркетингове дослідження традиційно має таку структуру: визначення проблеми, розробка плану діагностики, напрями досліджень (ринок і суб’єкти ринку, збір інформації за допомогою маркетингових інструментів, вибір маркетингового середовища). У межах зазначеної структури важливе місце посідає такий інструмент як просування, що балансує на межі процесу збору інформації та вибору ринкового середовища. Варто зазначити, що саме ця складова маркетингового дослідження за останні кілька років набула суттєвих характерних змін. Сучасні дослідники зазначають, що в сучасних умовах маркетологи досить гостро зіштовхнулися з проблематикою широкої інтеграції цифрових технологій в процес маркетингових досліджень, зокрема, в інструменти просування та реклами [4].

Просування в маркетингу включає в себе форми і методи просування, аналіз поведінки споживачів, використання засобів реклами та визначення її ефективності, зв'язки з громадськістю та методи стимулювання збуту. З використанням саме цього інструменту пов'язана левова частина сучасних маркетингових досліджень, у ході яких активно використовуються передові інформаційні та цифрові технології. Сучасним трендом маркетингових досліджень та рекламного бізнесу цілком справедливо слід вважати Digital-marketing. Зазначений інструмент – це напрям маркетингу, у рамках якого здійснюється просування товарів і послуг за допомогою цифрових технологій і цифрових каналів з метою залучення і утримання клієнтів [1, с. 110].

На сьогоднішній день серед основних інструментів Digital-marketing слід виділити: соціальні медіа (SMM) (просування компаній чи брендів у соціальних мережах); таргетована реклама (налаштування демонстрації реклами для максимально цільової аудиторії певних товарів чи послуг); банерна реклама; відеореклама; e-mail-маркетинг (використання електронної пошти як каналу просування товарів чи послуг); пошукова оптимізація (SEO); контент-маркетинг; тизерна реклама (коротке текстове та анімоване рекламне повідомлення, створене з метою переходу споживача на певний веб-сайт); партнерські програми; онлайн-медіа; блоггінг (співпраця з блогерами та лідерами думок для просування товарів чи послуг) [2].

Наразі також набув значної популярності такий інструмент як вірусний маркетинг. Він найбільш поширений у соціальних мережах, коли завдяки професійно створеному цікавому змісту рекламного повідомлення аудиторія соціальних мереж сама несвідомо починає поширювати цю інформацію серед інших користувачів соціальних мереж, просуваючи тим самим бренд, товар чи послугу [4].

Разом з тим, в маркетингових дослідженнях не лише в межах інструментів просування використовуються новітні цифрові технології. Під час безпосереднього збору інформації, найбільша кількість досліджень пов'язана з використанням такого інструментарію, як згадані Digital-marketing, Viral marketing (вірусний маркетинг) а також Product-market-fit (концепція роботи з новим продуктом, його повна відповідність потребі ринку. Іншими словами це маркетингова технологія дослідження ринку, характеристик чи послуги, його повному задоволенню ринкових запитів та цінності для споживача). Разом з тим, у ході маркетингових досліджень використовуються такі інструменти як Google forms та Big Data [3].

Разом з використанням цифрових технологій у маркетингових дослідженнях, зокрема, процесі просування бренду, широкого розповсюдження набувають і передові технології реклами та рекламного бізнесу. Сучасним трендом рекламного бізнесу окрім інструментів digital-маркетингу можна вважати такі технології реклами як голографічна

реклама та реклама у доповненій реальності. 3D-голограми мають змогу передавати тривимірний ефект і глибину реальної моделі зображення бренду, що рекламується. Доповнена реальність – результат введення в поле сприйняття будь-яких сенсорних даних з метою доповнення відомостей про оточення і поліпшення сприйняття інформації. Перевагами такої реклами є абсолютна новизна та інтерактивність (безпосередня взаємодія зі споживачем) [7].

Таким чином, виходячи з викладеного вище, можна вважати, що ключовими трендами сучасних маркетингових досліджень та рекламного бізнесу є повсюдне використання новітніх цифрових технологій. Поява нових цифрових та інформаційних продуктів суттєво змінює традиційне уявлення про маркетингові дослідження та маркетингову діяльність загалом. Сучасні компанії, зокрема маркетингові підрозділи, що не використовуватимуть зазначені технології, ризикують не витримати значний рівень конкуренції, динаміка якого лише збільшуватиметься.

Список використаної літератури

1. Арестенко В.В., Арестенко Т.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі Social Media Marketng. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка».* 2017. №1-2. С. 109-113.
2. Гавура Г. Digital-marketing: що це таке й кому він потрібен. *Погляд*: веб-сайт. URL: https://thepage.ua/ua/experts/digital-marketing-sho-ce-take-i-komu-vin-potriben.
3. Мажуга О. Product-market-fit. Дія: веб-сайт. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/biznes-pocatkivec/so-take-product-market-fit-i-comu-bez-nogo-ne-mozna-pobuduvati-uspisnij-biznes.
4. Пряхіна К. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/113.pdf.
5. Рудь Н.Т. Інноваційні форми маркетингових досліджень: інтернет-маркетинг. *Економічний форум*. 2020. № 1. С. 131-137. URL: https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-4-17.
6. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. № 24, С. 75-85.
7. Шипицина І, Кубко В. Новітні рекламні технології. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/2619/1.pdf.
8. Busca L. and Bertrandias L. A Framework for Digital Marketing Research: Investigating the Four Cultural Eras of Digital Marketing. Journal of Interactive Marketing. 2020. Vol. 49. pp. 1-19.

УДК 330.341

Тараєвська Л.С.
к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та адміністрування, ІФНТУНГ
Татарчук Р.Т.
студент-магістр спеціальності «Менеджмент», ІФНТУНГ

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ

Для освоєння товарних ринків підприємства використовують різні концепції, підходи, серед яких особливе місце посідає інноваційний маркетинг як вид управлінської діяльності, роль якого полягає у формування сукупності нових умов, інструментарію, підходів до забезпечення виготовлення та реалізації нового продукту, адаптації до умов ринкової кон'юнктури та формування тісних інформаційно-комунікаційних зв'язків у ланцюгу створення доданої вартості (від входу до виходу в системі підприємства). Маркетингова діяльність дозволяє трансформувати потреби споживачів у прибуток підприємства та забезпечує досягнення визначених стратегією розвитку підприємства цілей, кругообіг капіталу та налагодження стійких взаємовідносин між підприємством та зацікавленими сторонами.

У зв'язку із підвищеним науковим та практичним інтересом до маркетингової діяльності відбувається конструктивний розвиток теоретичних, методичних та прикладних аспектів її здійснення. Маркетингова інноваційна політика промислового підприємства виступає дієвим інструментом забезпечення його конкурентоспроможності та розвитку.

Стосовно сутності поняття маркетингової інноваційної політики підприємства на ринку серед науковців немає одностайної думки, однак більшість із них виділяють чотири основні теоретичні підходи, які ґрунтуються на процесному, управлінському, інструментальному та фінансовому сприйнятті, враховуючи при цьому цільову спрямованість, структурну побудову та інформаційну підпорядкованість:

- процесний - ототожнення маркетингової інноваційної політики і процесу інноваційної маркетингової діяльності, тобто орієнтація на задоволення потреб споживача;
- управлінський - сукупність вольових рішень, які приймаються менеджментом, ґрунтуючись на маркетинговій стратегії підприємства;
- інструментальний - передбачає виокремлення інструментів комплексу маркетингу, наприклад, товарної маркетингової політики, або цінової маркетингової політики;

- фінансовий, який передбачає документальне закріплення в обліковій політиці підприємства можливостей зниження податкових ризиків, пов'язаних зі спірними питаннями щодо ціноутворення, обліку витрат на рекламу, проведення маркетингових досліджень тощо.

Ми поділяємо думку вчених, які стверджують, що маркетингова інноваційна політика - це різновид діяльності у сфері інноваційного ринкового підприємництва, який інтегрує теоретичні положення маркетингової концепції та практичну реалізацію маркетингової стратегії і тактики. Основна ідея маркетингової інноваційної політики промислового підприємства ґрунтується на знанні потреб конкретних груп споживачів. Саме тому, основне завдання управління маркетинговою політикою промислового підприємства полягає у виборі того чи іншого сегмента ринку, в якому воно тривалий час зможе утримувати домінуючу позицію, тобто у визначенні групи споживачів, які стануть його цільовими клієнтами, та формуванні цільового ринку для його продукції.

Маркетинг інновацій на підприємствах варто розуміти як комплексне використання принципів і методів маркетингу з метою створення на підприємствах необхідних умов для пошуку продуктивних змін, їхнього здійснення, поширення й комерціалізації.

Метою маркетингової політики промислового підприємства є визначення обґрунтованої маркетингової програми, реалізація якої забезпечить задоволення потреб ринку кращими, інноваційними технологіями.

Об'єктом маркетингової політики промислового підприємства виступають відносини суб'єктів ринку, що вступають у взаємодію на ньому з приводу інноваційного виробництва, розподілу, обміну та споживання певного товару.

Предметом маркетингової інноваційної політики промислового підприємства є управлінські рішення щодо вибору маркетингових інструментів досягнення тактичних та стратегічних цілей.

Процес управління маркетинговою інноваційною політикою промислового підприємства носить циклічний характер та має певну послідовність, яка охоплює маркетингове планування стратегічних завдань; вибір доцільного сегмента ринку; формування портфеля маркетингових стратегій; формування та реалізацію комплексу маркетингу (рис.1). Складові процесу управління маркетинговою політикою визначають перелік заходів щодо формування та реалізації маркетингового комплексу. Кожен із наведених його елементів при виборі заходів щодо товарної, цінової, збутової, комунікаційної та кадрової політики обов'язково має взаємозв'язок із поставленими цілями, існуючою ринковою ситуацією, потенційними можливостями підприємства та являє собою поєднання найбільш доцільних стратегічних підходів, необхідних для моделювання маркетингової політики підприємства.

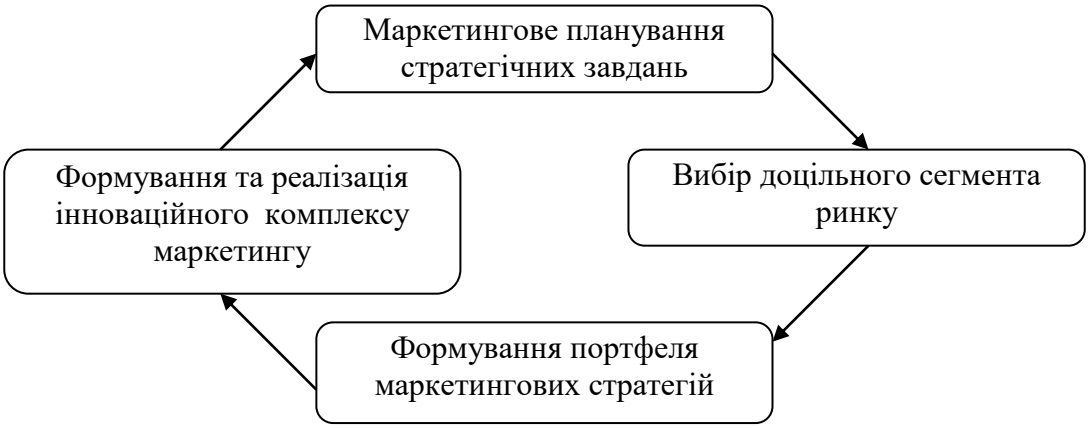


Рис.1 - Складові процесу управління маркетинговою політикою промислового підприємства

Джерело: опрацьовано на основі [1, с. 232]

На кожному із наведених на рис. 1 етапів здійснення процесу управління маркетинговою політикою промислового підприємства можливе формування власної структури управління, обраної керівництвом конкретного підприємства. Варто додати, що загальна тенденція наведеного процесу відповідає сучасним вимогам ринку і потребує від власників бізнесу знань економіки, фінансів, бухгалтерського обліку, менеджменту та маркетингу.

В умовах обмеженості економічних ресурсів, необхідності пошуку нових способів забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, зростання прибутковості діяльності саме удосконалення концептуальних основ управління маркетинговою політикою здатне забезпечити стимулювання інновацій не лише у маркетингу, а і інших зовнішніх та внутрішніх процесах господарської діяльності промислового підприємства. На даний час зростає інтерес до споживання екологічних продуктів та підвищення загальної соціально-екологічної свідомості, прозорості відносин та достовірності інформації. Саме тому використання сучасних концепцій маркетингу має бути адаптоване як на рівні управління маркетинговою політикою, так і на рівні бізнесу загалом. Це дозволить удосконалити управління маркетинговою політикою промислового підприємства, що, в кінцевому результаті, стане основою зростання лояльності стейкхолдерів та посилення власних конкурентних позицій, зростання іміджу та мінімізації ризиків їх діяльності у довгостроковій перспективі.

Література

1 Карпенко Н. В. Управління маркетинговою політикою підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5 (50). С. 231-234

2 Інновації у маркетингу і менеджменті : монографія / за заг. ред. д.е.н., професора С. М. Ілляшенка. Суми: Папірус, 2013. 616 с.

УДК 378:004

Тардаскіна Т.М.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку
Грищук Т.В.
магістрант кафедри менеджменту та маркетингу
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку

РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЇ ХМАРНИХ ОБЧИСЛЕНЬ ЯК АКТУАЛЬНИЙ РИЗИК-ТРЕНД РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ

Вступ. Події останніх років створили нову реальність для всього світу, що вплинуло на тенденції, що складаються на ринку інформаційних послуг, і зокрема на ринку технології хмарних обчислень. Впровадження цифрових бізнес-моделей було неминучим, а умови сьогодення лише скоротили часовий проміжок, адже вони допомогли залишатися гнучкими та швидко підлаштуватись під нові реалії, особливо на початку пандемії, а також ефективно управляти своїми ресурсами. Однак розвитку технології хмарних обчислень перешкоджають питання інформаційної безпеки, а також недосконалість нормативно-правової бази у даній сфері, що зумовлює перетворення хмарних ресурсів на потенціальну ризик-сферу.

Метою цієї роботи є дослідження питань інформаційної безпеки при використанні хмарної інфраструктури.

Основна частина. У сучасних невизначених умовах гнучкість та масштабованість, можливість оплати лише за використаний обсяг збільшують привабливість хмарних послуг для всього бізнесу, а особливо для телекомунікаційних компаній які мають все необхідне, щоб стати успішним гравцем «хмарного» ринку. Нові можливості для них відкриваються за рахунок надання інноваційних сервісів, на додаток до базових телекомунікаційних послуг. Однак, необхідно зазначити, що використання технології хмарних обчислень має певні ризики, які мають бути оцінені. Найпоширеніші з них: питання інформаційної безпеки, відповідність вимогам законодавства, відновлення даних.

Роль технології хмарних обчислень у телекомунікаційній галузі стає все більш значною. Завдяки володінню мережами, за допомогою яких постачаються хмарні програми, телекомунікаційні компанії мають унікальне положення, адже вони також можуть пропонувати гарантію високого рівня безпеки, що має велике значення для користувачів.

Ризик інформаційної безпеки пов'язан, в першу чергу, з передачею ряду функцій хмарному провайдеру і, як наслідок, з втратою контролю над даними. Для того аби зменшити негативні наслідки надавачі хмарних послуг надають послуги зі створення резервних центрів обробки даних

(ЦОД), а також інструменти для відновлення даних та системи резервного зберігання, що перешкоджають втраті даних.

Однією з особливостей хмарної інфраструктури є відсутність стандартизації конфігурацій. Розподілена природа хмари дає можливість організаціям бути більш гнучкими і швидкими, дозволяючи швидко отримати доступ до необхідних ресурсів на вимогу. Правильне налаштування хмарних інструментів є вкрай важливим. Згідно зі звітом Cybersecurity Insiders 2018 р., 62% фахівців в області безпеки згадували "Неправильне налаштування хмарних інструментів" як найбільшу загрозу безпеці підприємства [1].

У звіті IBM Security "Вартість порушення даних - 2020" вказується, що неправильно налаштовані хмарні ресурси сприяють великим втратам даних підприємств на рівні з кібер-атаками. Зростаюче використання хмари підвищує ризик подібних помилок, а деякі з найбільш поширених вкрай складно виявити без належних інструментів або процесів [1].

З кожним роком довіра до хмарних сервісів зростає. Розвиток технологій в сфері інформаційних систем створює нові виклики, формує нові запити. Особливого значення набувають питання безпеки інформаційних ресурсів. Надавачі хмарних послуг використовують різні механізми для забезпечення безпеки. Рівень сучасних кіберзагроз визначає необхідність впровадження нових рішень в області управління ризиками, дублювання критичних даних, можливості швидкого відновлення даних. Надавачі хмарних послуг на ринку доводять свою надійність отримуючи як міжнародні так і національні сертифікати безпеки. Але треба пам'ятати про те, що надійність інфраструктури це лише частина гарантії, користувач також має дбати про безпеку власних даних [2].

Існує набір інструментів який дозволить покращити безпеку під час використання хмарної інфраструктури, найбільш ефективні способи захисту інформації [3]:

1. Шифрування – один з найефективніших способів захисту даних. Провайдер, що надає доступ до даних повинен шифрувати інформацію клієнта, а також у випадку відсутності необхідності, безповоротно видаляти.

2. Аутентифікація – захист паролем. Для забезпечення більш високої надійності використовуються токени і сертифікати.

3. Ізоляція користувачів – використання індивідуальної віртуальної машини і віртуальної мережі.

4. Проведення постійної оцінки ризиків мета якої виявлення вразливих елементів або прогалин у безпеці.

Підводячи підсумки визначимо напрями розвитку технології хмарних обчислень як інструмента підвищення рівня інформаційної безпеки телекомунікаційних компаній. По-перше, це підвищення конфіденційності інформації. По-друге, це використання криптографічних

методів, для підвищення безпеки даних. По-третє, це посилення взаємодії із клієнтами, збільшення їх обізнаності щодо роботи хмарної інфраструктури, що призведе до підвищення рівня довіри та навичок захисту персональної інформації.

Висновок. У роботі проаналізовано застосування технології хмарних обчислень як ризик сферу, а також визначено найбільш ефективні засоби захисту інформації хмарної інфраструктури.

Список використаної літератури:

1. Як 2020 змінив ставлення до хмар? *De Novo:* веб-сайт. URL: https://denovo.ua/blog/yak-zmilos-stavlennya-do-hmar-u-2020 (дата звернення: 27.10.2021).

2.Хмара – це реально та краще *Дата-центр Парковий:* веб-сайт. URL: https://datapark.com.ua/ua/news/hmara-tse-realno-ta-krashhe/ (дата звернення: 27.10.2021).

3. PCI Security Standards Council (PCI SSC) and the Cloud Security Alliance (CSA) Join Forces to Highlight Properly Scoping Cloud Environments *PCI Security Standards Council:* веб-сайт. URL: https://www.pcisecuritystandards.org/about_us/press_releases/pr_08052021 (дата звернення: 27.10.2021).

УДК 346.7

Тичиніна Г.Г.,
Пономаренко Т.М.,
Дробицький О.В.
здобувачі вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ДЕЯКІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Правове регулювання діяльності банків – важливе завдання держави, виконуване з метою збереження банківської системи у стабільному стані. Державне регулювання та нагляд за банками здійснюється відповідно до статей Конституції України, законів, інших нормативних правових актів, зокрема Національного Банку України. Сучасна ситуація у регламентації банківської справи в Україні показує, що існують серйозні проблеми, які суттєво ускладнюють правозастосування суб'єктів правового обігу банківської системи. Розбіжність чинної юридичної бази у соціально-економічних реаліях сьогодні зменшує рівень захисту клієнтів банківських послуг та самих банків, а також зменшує привабливість інвестицій в Україну[1]. На сьогоднішній день можна констатувати, що законодавство у вітчизняній банківській сфері досить заплутане і не відповідає логіці власної будови. Зокрема, законодавство, яке регламентує діяльність банків, хаотично «розпорошується» у досить великій кількості нормативних правових актів, що сильно заважає їх здійсненню практично, а часом навіть не дозволяє її реалізації.

Виникає потреба у дослідженні міжнародного досвіду юридичного регулювання діяльності банків. Банківське обслуговування в США, Польщі та Німеччині відрізняється стабільністю, ефективністю, хоч і є різними моделями організації. Досвід регулювання банківської системи США показав, що особливі особливості законодавства банківської системи допомогли зберегти децентралізовану роздроблену банківську систему. У країні протягом багатьох років було створено розгалужену банківську систему регулювання, нагляду на федеральному рівні та окремих штатах. У Федеральному уряді США є право застосовувати санкції щодо банківського відання за Національним валютним актом від 1863 року, а також Національного банківського акту від 1864 р. Ці спеціальні дозволи називаються банківською чартерною системою, і це дозволяє банкам надавати великі банківські послуги та підвищувати конкурентоспроможність банківської системи. Якщо банкам встановлено чіткі гарантії повернення залучених вкладників, де вони отримують чартер, тобто, що неспроможні здійснювати банківську діяльність[2]. Система банківської системи Німеччини є однією з найрозвиненіших на континенті Європи. Репутацію

Німеччини як найбільшого банківського центру у світі насамперед характеризує досконалість законодавства про банківські операції. Закони про банківську діяльність поділяються на дві групи: загальне, тобто. Обов'язкове кредитне установа біля всієї держави, а особливе, тобто. обмежена територією окремої федеральної земельної ділянки. Перша група належить до Закону про кредитні справи, останньої редакції якого було зроблено 1993 року, Закону про німецькому федеральному банку, виданому 1992 року й таке інше. Друга група включає закони, які видають уряди федеральних земельних ділянок ландтагами та регулюють діяльність регіональних кредитних організацій, наприклад, закони про банківські каса, які перебувають у компетенції податкових органів. Підставою для нагляду банків та контролю над їх діяльністю в Німеччині виступає Закон про Банки ФРН, а також Закон про Банк Федерального Банку Німеччини 1957 року. У 2002 році, ухвалення Закону «Про інтегрований фінансовий нагляд» Федеральне управління з контролю за банками увійшло до Федерального управління з фінансового нагляду. Це відомство може вимагати будь-якої інформації від банків, проводити перевірки, втручання в операцію банків, дати розпорядження щодо припинення операцій банків. За останні два десятиліття банківський сектор польського регіону зазнав значних змін. Наразі банківська система розвинена та пропонує високий рівень якості та безпечного банківського сервісу. Закони про банківську систему закладено у Законах про Національний Банк Польщі. У Національному банку Польщі виконуються обов'язки Центрального Банку, випускають банкноти, розмінні монети, зберігають польські резерви валюти, фінансують та контролюють банківську систему, здійснюють функції управління та видаються ліцензії на діяльність банків. У Національному банку Польщі здійснюється додатковий захист заощаджень таких банків, здійснюючи суворий контроль та призначення керівників у разі фінансових проблем. Як бачимо, немає єдиного підходу до банківської сфери, оскільки є безліч чинників, які зумовлюють особливості банківської справи у різних країнах - зокрема роль держави на світовому фінансовому ринку та традиції банківського управління, регулювання державного регулювання. Найважливішу роль у формуванні національного законодавства банку має відігравати процес міжнародного співробітництва з правового регулювання банківської діяльності та адаптації її до відповідних європейських законодавства, поступового приведення нормативних актів України до європейських стандартів.

Останніми роками в Україні змінилося законодавство про банківську діяльність. Внесено зміни до Закону України «Про банки та банківську діяльність», відповідно до яких передбачені інший розмір статутного капіталу банків та інші терміни приведення у відповідність його розміру; запроваджені нові правила корпоративного управління банків щодо розкриття даних про структуру власності, визначення ключових учасників

банку; уточнені й доповнені питання виключної компетенції загальних зборів учасників та Ради банку необхідності незалежних членів і нових критеріїв кваліфікації пов'язаних з банком осіб, застосування особливостей відповідно до Закону України «Про фінансову реструктуризацію». З 2014 прийнято, зокрема: «Положення про організацію внутрішнього контролю в банках України»; «Положення про визначення пов'язаних з банком осіб»; «Положення про порядок подання відомостей про структуру власності банку»; «Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями». Ці нормативно-правові акти додали визначеності правовому регулюванню банківської діяльності в Україні. Крім того, Закон України «Про споживче кредитування», покликаний на законодавчому рівні закріпити механізм споживчого кредитування, що максимально захистить права та інтереси як споживачів фінансових послуг, так і кредитодавців. Закон визначає загальні правові та організаційні засади споживчого кредитування в Україні відповідно до міжнародно-правових стандартів у цій сфері і позитивно вплине на розвиток добросовісної конкуренції на ринку фінансових послуг, а отже, і на розвиток економіки загалом. На сучасному етапі Національний банк України працює разом з ЄБРР над проектом Закону України «Про діяльність з управління заборгованістю», а низка норм вже імплементовано в наше законодавство. Мета законопроекту полягає у забезпеченні правового забезпечення діяльності компаній у сфері управління заборгованістю України, створенні належного конкурентного ринку вторинного ринку кредитів та вдосконаленні законодавства про передачу прав вимог щодо заборгованостей.

Отже, що банківська система в Україні функціонує на основі комплексу нормативно-правових актів - «банківське право», яке регулює суспільні зв'язки у банківській сфері. Динамічний банківський процес потребує безперервних змін до нормативної бази. У розвинутих країнах діє широкий спектр законів щодо регулювання банківської діяльності та забезпечення ефективного функціонування кредитних систем цих країнах. Ухвалення законодавчих актів з банківської діяльності потребує вирішення низку питань, пов'язаних з адаптацією вітчизняної бази до європейського законодавства, а по структурі подальшої систематизації.

Список використаної літератури:

1. Берлач А.І. Банківське право України : [навч. посіб. для дистанційного навчання] / А.І. Берлач, Ю.О. Тараненко ; за заг.ред. А.І. Берлача. – К. : Університет «Україна», 2016. – 308 с.

2. Кирилюк Д.К. До питання необхідності розробки та прийняття Банківського кодексу в Україні / Д.К. Кирилюк // Юридичний журнал. – 2016. – № 12. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2484.

УДК 658.8

Топалова С.О.
к.політ.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н.Каразіна
Панаетов Г.К.
Директор Регіонального фонду підтримки підприємництво

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РЕСУРС ТА ФАКТОР КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Традиційно до головних економічних ресурсів включали фінансові, матеріальні та трудові та ресурси. Згодом перелік розширювався за рахунок організаційних, інформаційних тощо. Зараз корпоративна культура з усіма її складовими фактично однозначно визнається і науковцями, і практиками не лише в якості важливого економічного ресурсу, а як стратегічний актив бізнес-структури, організації, що надає їй вагомих конкурентних переваг. Рідкісна, неповторювана, яскрава корпоративна культура забезпечує впізнаваність фірми у конкурентному середовищі, вказує на її переваги як з точки зору якості товарів і послуг, так і в комунікації з потенційними клієнтами, партнерами.

Сучасну корпоративну культуру бізнес-структури в широкому розумінні фахівці визначають як поєднання її місії, ідеології, концепцій, що забезпечують основи влади і управління, статусів та комунікації її персоналу як у самій організації, так і з зовнішнім світом. Культура, значною мірою, є результатом взаємодії організації із зовнішнім середовищем. Чим більше підприємство враховує при формуванні корпоративної культури цінності, етичні виміри і весь спектр потреб свого сегменту бізнесу, чим активніше транслює відповідний «культурний концентрат» з допомогою різноманітних меседжів у зовнішній світ, тим більше культура стає стратегічним інструментом, який дає конкурентні переваги. Однак будь-який ресурс робить цінним його унікальність, рідкісність. Тож необхідними умовами для перетворення корпоративної культури на стратегічний ресурс є унікальність як самої культури, так і засобів її поширення у бізнес-структурі та за її межами. Якщо ж культура організації буде лише імітувати інші, навіть найдосконаліші, не створюватиме унікального організаційного духу, підприємство ризикує загубитися у масі подібних.

Західні науковці виділяють чотири головних виміри корпоративної культури, які забезпечують її унікальність і, відповідно, дають конкурентні переваги. Адаптивність і гнучкість – здатність організації змінювати свою корпоративну культуру, щоб вижити у невизначеному середовищі. Невизначеність вже фактично стала головною ознакою сучасного бізнес-

середовища. Тож вміння менеджменту організації продукувати креативні рішення, що стають реакцією на зміну умов навколишнього середовища, забезпечує конкурентні переваги. Однак навіть за високої адаптивності, культура має демонструвати певну послідовність. Це другий вимір. Послідовність простежується, зокрема, у відданості базовим цінностям, що лежать в основі корпоративної культури організації, у збереженні актуальних етичних норм, тощо. Місія бізнес-структури декларує причину її існування і окреслює той вплив на світ, який хоче здійснювати компанія. Це її призначення і відповідальна роль. Саме місія виражає ту об'єднавчу ідею, яка складає основу корпоративної культури. Тож унікальна місія має відображати унікальність товарів/послуг організації, особливий шлях покращення життя потенційних споживачів і, водночас, показувати персоналу та зацікавленим сторонам, що саме робить компанію успішною та які індикатори її успіху. Участь/залучення творчих людей, здатних пропонувати і впроваджувати інноваційні ідеї, бути реальними носіями і ретрансляторами культурних цінностей організації – четвертий компонент, завдяки якому формується потужне джерело конкурентних переваг.

Які складові корпоративної культури забезпечують її цінність як економічного ресурсу та визначають унікальність? Аналіз культурної специфіки різноманітних бізнес-структур, здійснюваний дослідниками у пошуках відповідей на це запитання, дозволяє виділити кілька головних орієнтирів для формування корпоративної культури, що відповідає критеріям ефективності та унікальності. Перш за все, це має бути культура, яка керує інноваціями. Це означає, що кожен співробітник сприймається як носій креативних та інноваційних ідей. Продукування інноваційних ідей перестало бути завданням лише менеджерів. Тож для розробки нових проєктів і вирішення конкретних виробничих завдань залучається весь персонал, налагоджується ефективна комунікація і рефлексія. Звісно, це змінює сам організаційний клімат, який набуває більшої особистісної орієнтації, втрачає традиційну субординацію.

Для збереження своїх сегментів ринку і завоювання нових корпоративна культура компанії має стимулювати пошук нових можливостей, що теж є рисою інноваційності. В рамках інноваційної культури науковці виділяють відмінні види субкультур. Продуктивна субкультура характеризується як стійка до змін, завдяки чому фірма може довго зберігати конкурентні переваги. Однак стійкість не сприймається як тотожність ігнорування змін у навколишньому середовищі і в самій бізнес-структурі. Переваги дає лише унікальна культура, яка зберігає свої базові цінності навіть всупереч несприятливим для бізнесу факторам, і, водночас, оперативно реагує на зміни. Субкультура якості полегшує сприйняття змін. В її основі – спадкоємність кращих традицій, їх оновлене представлення в умовах, що змінились. Підтримуюча субкультура

дозволяє швидко реагувати на зміни і пристосовувати бізнес та комунікації до нових умов. В її основі – здатність бізнес-структури швидше за інших бачити нові тенденції на ринку і прогнозувати їх наслідки. Творча (креативна) субкультура орієнтована на постійне ініціювання змін навіть у відносно стабільних ситуаціях. Пошук можливих і доцільних змін розглядається як один із векторів поведінкової стратегії і менеджменту, і персоналу.

Звісно, ці субкультури не існують відокремлено. Навпаки, унікальна корпоративна культура передбачає своєрідне сплетіння різних субкультур, кожна з яких впливає на результативність у певній сфері. Так, наприклад, креативна субкультура дає можливості для збільшення прибутку, підтримуюча – для підвищення продуктивності, субкультура якості забезпечує задоволеність клієнтів і сприяє залученню нових.

Умови сучасного бізнес-середовища зумовлюють наявність багатьох спільних ознак корпоративних культур. У зв’язку з цим виникає запитання: як сформувати ту унікальну культуру, що забезпечуватиме стійкі конкурентні переваги та які фактори можуть сприяти становленню рідкісної й цінної культури бізнес-структури. Дослідники визначають низку чинників, що стимулюють становлення унікальних культур: тип компанії та тип фінансування; особливості сегменту ринку, у якому працює компанія; ієрархія бізнес-середовища; галузева й місцева субкультури, як середовище існування фірми; тип структуризації персоналу в організації; особистісні риси менеджерів та працівників; специфіка партнерських зв’язків та конкурентного середовища. Кожен із цих факторів потребує деталізації й ретельного аналізу при розробці моделі унікальної корпоративної культури.

Список використаної літератури

1. J. B. Barney, P. M. Wright. On becoming a strategic partner: The role of human resources in gaining competitive advantage. Електронний ресурс. Режим доступу: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/(SICI)1099-050X(199821)37:1%3C31::AID-HRM4%3E3.0.CO;2-W

2. J. B. Barney, P. M. Wright. D. J. Ketchen. The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. Електронний ресурс. Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/014920630102700601

3. W. Zheng, B. Yang, G. N. McLean. Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296309001714

УДК 337.01

Торяник Ж. І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В. Н. Каразіна
Бенбенок А. В.
магістрантка
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В. Н. Каразіна

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах жорсткої конкуренції вирішальне значення в життєздатності підприємств має результативність системи маркетингу. Водночас посилюється ріст виникнення кризових явищ у нинішній економіці, що спричиняє зменшення не тільки управлінських, а й маркетингових бюджетів сучасних компаній [2], а також робить більш актуальним питання оптимізації маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, в тому числі й трейд-маркетингу.

Трейд-маркетинг сприяє збільшенню показників збуту, проте важливим аспектом залишається побудова взаємовідносин виробника з партнерами-рітейлерами, а також – якісна організація дистриб'юторської мережі. Як результат, задоволення споживчого попиту призводить до збільшення кількості продажів, посилення конкурентоспроможності товарів на ринку, укріплення лояльності як до окремого бренду, так і до торговельної мережі в цілому [4].

Головну модель трейд-маркетингу на українських підприємствах можна умовно поділити на три категорії: стратегічну, операційну та виконавчу (рис. 1).

Стратегічна група	• стратегія торгівлі • обслуговування покупців • проведення аналізу ринку та конкурентів
Операційна група	• програма торгівельного розвитку • планування продажу • категоріальний менеджмент
Виконавча група	• управління торговельним простором • збільшення CRM-бази • робота із споживачами

Джерело: складено авторами за даними: [1; 3]

Сьогоднішній стан трейд-маркетингу на підприємствах України можна охарактеризувати наявністю специфічних умов діяльності. Covid-19 із шаленою швидкістю ввірвався до нашого життя, і маркетологи відчувають це, як ніхто інший. Коли ми повернемося до звичного життя - поведінка споживачів уже ніколи не буде такою, як раніше [5].

Криза Covid-19 виявилася винятковою як за своїм масштабом, так і за тривалістю. Більшість рітейлерів і виробників не могли передбачити наслідків цієї кризи для їхнього бізнесу, оскільки світ вперше стикнувся з безпрецедентними глобальними карантинними обмеженнями. Багато хто втратив прибутку, дехто збанкрутував, чимало підприємців заявило про зменшення продажів.

Але знайшлися й ті, хто виявився у виграші. Для продуктових рітейлерів і онлайн-магазинів усе було інакше: майже всі звітували про загальне зростання прибутків. І велика заслуга в цьому лежить на маркетологах, яким у складних умовах доводилося шукати нові засоби зв'язку зі споживачем, який часто й сам знаходився у важкій ситуації. Трейд-маркетинг наразі опинився на вістрі боротьби за споживача [5].

Варто звернути увагу на те, що стандартна модель трейд-маркетингу за таких умов зазнає змін, тому необхідно визначити перспективні напрями змін у процесі формування трейд-маркетингу на підприємствах, а саме:

- трейд-маркетинг та бренд-маркетинг можуть об'єднатися в одне ціле (адже бюджети цих напрямів об'єднуються, а межі стають менш помітними);
- платний пошук та онлайн-оголошення стануть найефективнішими рекламними інструментами;
- найскладнішими завданнями будуть атрибуція та можливість відстеження;
- більшість компаній стануть активніше працювати з керованими голосом пристроями і додатками (такими як Alexa і Echo від Amazon, Microsoft Contana, Siri Apple і Google Home тощо)
- найбільше маркетологам захочеться бачити клієнта-споживача таким, який він є насправді, якими б пристроями та платформами він не користувався [5].

Отже, щодо майбутнього існує багато невпевненості. Втім, ми знаходимося у розпалі подій, які зумовлять поведінку майбутніх поколінь споживачів на багато років вперед. Це означає, що маркетинг матиме вирішальну роль у формуванні поведінки компаній. Маркетологи муситимуть діяти швидко та прагматично, аби впоратися з кризою, і в той же час мати стратегічне бачення того, як існувати потім.

Список використаних джерел:

1. 5 ключових завдань, що стоять перед торговим маркетингом. URL: https://geniusmarketing.me/uk/lab/trejd-marketing-5-osnovnix-zarax-kokofoe-stoït-vniz-trejd-marketingom-2/ (дата звернення: 18.10.2021).

2. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. № 2 (24). С. 37–42

3. Ратушна Ю.Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого і середнього бізнесу. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 15–16. С. 111–115

4. Савицька Н.Л., Прядко О.М., Сіроус М.В. Вплив іструментів трейд-маркетингу на споживацький вибір. URL: https://elib.hduht.edu.ua/handle/123456789/1828 (дата звернення: 18.10.2021).

5. Сучасні тенденції трейд-маркетингу URL: https://trademaster.ua/marketing_i_prodazhi/313277 (дата звернення: 18.10.2021).

УДК 338.242:316.66

Торяник Ж.І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. В.Н. Каразіна
Торяник І.В.
здобувач вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. В.Н. Каразіна
Солопіхіна М.В.
здобувач вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. В.Н. Каразіна

РЕАЛІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ У ДОСЯГНЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Останнім часом питання корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання стають усе актуальнішими для нашої країни та світу в цілому.

У 2015 року на Саміті ООН були прийняті Цілі сталого розвитку до 2030 року, які складаються з 17 глобальних цілей та 169 завдань. Тобто цілі сталого розвитку країн і світу в цілому, спрямовані на подолання бідності, голоду, скорочення нерівності та зміни клімату. Україна також долучилася до досягнення глобальних цілей сталого розвитку та адаптувала їх під українські реалії [1].

Проаналізуємо здобутки та виклики на шляху впровадження кожної із 17 Цілей сталого розвитку в Україні (ЦСР). Україна при загальному показнику ЦСР займає 43 сходинку глобального рейтингу, але по кожному показнику рейтинг досить низький: так, ЦСР 8: «Гідна праця та економічне зростання» країна займає 113 місце, ЦСР 9: «Промисловість, інновації та інфраструктура» - 98 місце, Ціль12: «Відповідальне споживання та виробництво» - 93 місце, ЦСР 17: «Партнерство заради стійкого розвитку» - 31-е місце.

Україні вдалось досягти прогрес на 80% і більше за ЦСР: (1, 3, 4, 5), за наступними ЦСР у межах 60-80% (2, 6, 8 та 16), за в межах 20-60% потрапили такі цілі як (7, 11, 12, 17), але досягнення орієнтирів за рештою цілей (9, 10, 13, 14 та 15) виявилося на рівні менше 20% [2].

Найбільшими зовнішніми перешкодами впровадження програм/заходів з КСВ майже для половини опитаних компаній стали нестабільна політична ситуація в країні, недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла розвитку КСВ, та податковий тиск (рис. 1) [3].

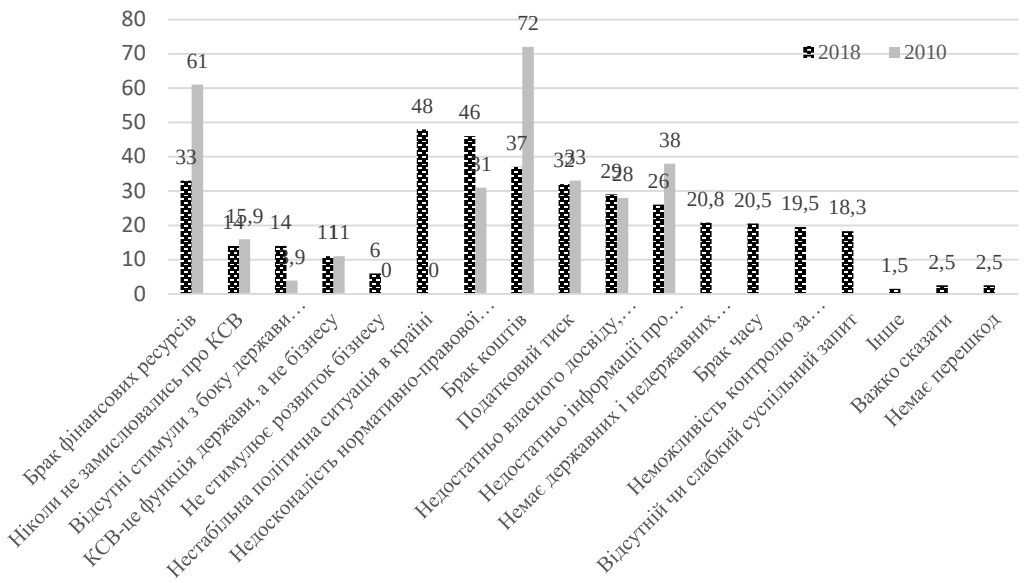


Рис. 1. Перешкоди, які є найбільш серйозними під час здійснення програм/заходів із соціальної відповідальності, %.

Серед внутрішніх перешкод, які заважають здійсненню програм/заходів з КСВ, компанії вказали брак коштів, недостатність власного досвіду, невідпрацьований механізм впровадження соціальної відповідальності, неможливість контролю за використанням наданих коштів і брак часу.

Проаналізуємо, які КСВ-ініціативи було реалізовано компаніями у 2019 р. (рис. 2) [3].

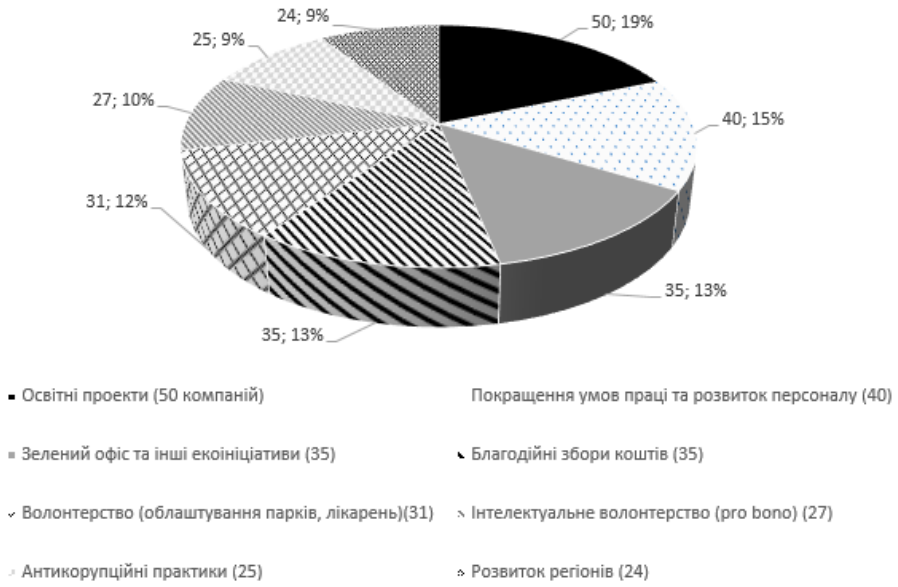


Рис. 2. КСВ-ініціативи, які реалізували компанії у 2019 р.

Практично всі компанії проводять освітні проекти і займаються покращенням умов праці та розвитком персоналу в рамках КСВ. Відчутно менш поширеними є активності, спрямовані на розвиток регіонів, антикорупційні практики та інтелектуальне волонтерство (pro bono). Зазвичай компанії працюють над зовнішніми та внутрішніми проєктами та ініціативами. 91% компаній співпрацюють з громадськими організаціями та благодійними фондами.

Таким чином, одним з найважливіших чинників економічного розвитку компанії стає корпоративна соціальна відповідальність, яка сприяє її іміджу та забезпечує конкурентоспроможність на перспективу, проте основними перешкодами для реалізації цілей сталого розвитку в Україні та відповідно ініціатив корпоративної соціальної відповідальності є нестабільність та часті зміни урядових програм та команд, що призводить до постійних змін у стратегічних настановах та перерозподілі повноважень.

Список використаної літератури:

1. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=a0fc2a99-ada3-4a6d-b65b-cb542c3d5b77&title=DobrovilniiNatsionalniiOgliadSchodoTsileiStalogoRozvitkuVUkraini

2. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні у 2020 році URL: https://www.me.gov.ua

3. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. К. : Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.

УДК 352.3

Хмара Н.О.
аспірант кафедри менеджменту
Національний університет «Запорізька політехніка»
Тесленок І.М.
науковий керівник к.е.н., доц. каф. менеджменту
Національний університет «Запорізька політехніка»

НЕОБХІДНІСТЬ ПОСТІЙНОГО ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Розробка, впровадження та сертифікація систем управління якістю (СУЯ) у відповідності з вимогами стандартів ISO серії 9000:2015 [1] набувають в останній час усе більш широкий характер. Сучасні СУЯ постійно розвиваються, підтвердженням тому є постійні зміни стандартів серії ISO 9000:2015.

Провідні вітчизняні та зарубіжні автори з питань управління якістю (Исікава К., Лебединец В., Коваленко С., Федоров Г., Ямшинський М., Фесенко А. [2 – 4]) вважають що основним заохочуванням для впровадження та сертифікації системи управління якістю (СУЯ) на машинобудівних підприємствах є високий рівень конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках, що спонукає до підвищення конкурентоспроможності продукції.

Забезпеченя відповідного рівня якості є головним завданням керівництва та працівників підприємства. Ефективне функціонування сертифікованої СУЯ, згідно ДСТУ ISO 9001:2009 забезпечує підрозділ системи менеджменту якості.

Водночас більшість вітчизняних машинобудівних підприємств, які отримали сертифікат на СУЯ, опікується, в першу чергу, підтвердженням відповідності продукції для здійснення експортної діяльності та участі у тендерах на поставку продукції. Тобто керівники українських машинобудівних підприємств не ставлять, як пріоритетні, питання досягнення результативності своїх СУЯ.

Управління промислового підприємства, насамперед, стосується організаційної структури і складу процесів. Існуюча вертикально ієрархічна структура управління на більшості промислових підприємств містить "штучні" бар'єри між підрозділами, що призводять до монополізації рішень; конкуренція підрозділів один з одним замість співпраці, оскільки компанії не застосовують процесний підхід до управління; цілі підприємства не сформульовані; не встановлені цілі підрозділів, які пов’язані з цілями підприємства. Ще однією важливою проблемою промислових підприємств є відсутність "зворотного зв'язку" на етапах виробничого циклу, оскільки концепція внутрішнього споживача, коли наступний процес є споживачем

попереднього, не використовується. При цьому спостерігається низький ступінь залучення персоналу до роботи з якості та багато іншого.

Стандарт ISO 9000:2015 зобов'язує організації, що впроваджують СУЯ, проводити заходи щодо постійного поліпшення якості продукції, процесів, систем. Сучасний етап характеризується комплексним вивченням концепції безперервного поліпшення: досліджуються фактори, що забезпечують постійне вдосконалення організації; аналізується досвід світових лідерів; пропонуються різні методики з організації безперервних поліпшень.

Таким чином, сталий розвиток та конкурентоспроможність організації забезпечується постійним поліпшенням процесів результативності на основі концепції TQM, без якої неможливе стабільне забезпечення якістю продукції.

Слід зазначити, що СУЯ найбільш затребувані машинобудівними підприємствами, чия продукція має підвищений ризик щодо таких показників, як безпека, надійність. Для зазначених підприємств низька якість продукції та наявність помилок у системі виробництва призводять до екологічних катастроф та економічних втрат, як замовника продукції (далі замовника), так і виробника. Особливістю машинобудівних підприємств, яка певною мірою визначає якість продукції підприємства, є висока динамічність процесів виробництва та велика кількість нормативно-технічної документації, яка потребує швидкої зміни, що неминуче викликає помилки, а отже впливає на якість виробничого процесу.

За даними дослідження, попередження виникнення дефектів у системі виробництва промислового підприємства має значний економічний зиск, з точки зору відомого «правила десятикратного зростання витрат на усунення дефектів, які виявлено не на даній, а на наступній стадії ЖЦП». Таким чином, навіть виробництво конкурентоздатної продукції не забезпечить конкурентоспроможність самого підприємства, якщо виробництво виконується занадто високою ціною, бо не забезпечується якість виробничих процесів.

Узагальнюючи вищенаведене, слід підкреслити, що перелічені причини низької результативності СУЯ є важливою перешкодою для функціонування та застосування принципу постійного поліпшення . Тому, у першу чергу слід усунути саме ці недоліки для створення дієвої СУЯ. Першим кроком, вихідним пунктом при удосконаленні будь-якої системи має бути чітке встановлення її цілі та її аналіз із використанням комплексних вимірювань. Як було зазначено вище стандарт вимагає не тільки поліпшення результативності СУЯ, але й постійне її підвищення, що потребує чіткого визначення цього поняття.

Наслідком цього є низька якість процесів та великі збитки на виробництві, які ведуть до збільшення собівартості і низької якості продукції. Отже, у першу чергу слід усунути саме ці недоліки для створення повноцінної СУ.

Стандарт ISO 9000:2015 зобов'язує організації, що впроваджують СУЯ, проводити заходи щодо постійного поліпшення продукції, процесів, систем. Сучасний етап характеризується комплексним вивченням концепції безперервного поліпшення: досліджуються фактори, що забезпечують постійне вдосконалення організації; аналізується досвід світових лідерів; пропонуються різні методики з організації безперервних поліпшень.

Список використаної літератури:

1. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник.

2. Исикава К. Японские методы управления качеством . сокр. пер с англ.. М.: Экономика. 1988. 215 с.

3. Лебединец В.А. Коваленко С.Н. Управление качеством: учебное пособие. 2-е изд. Х.: Изд-во НФаУ. 2012. 244 с.

4. Федоров Г.Є., Ямшинський М.М., Фесенко А.М. Контроль якості продукції в машинобудуванні: навч. посібник. Краматорськ: ДДМА, 2008. 352 с.

UDC 658.3.007:330.34(331)

Cherkashyna T.S.
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory and Economic Policy
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv

THE OVERVIEW OF KEY MOTIVATION FACTORS FOR EMPLOYEES AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

The modern science has proved and the working practices have confirmed that the industrial enterprises which are based on the personnel development strategy become more successfully and expand rapidly. For this reason, modern industrial enterprises must substantially improve the working conditions by opening out staff's potential capabilities and encouraging their self-development. In order to do this, the enterprises should carefully monitor the changes of external and internal factors as all factors constantly interact and, as a result, the changing in one of them will certainly lead to changes in others.

The aim of the study is to overview key motivation factors for employees at the enterprises.

There are three large groups of academic works studying staff motivators. One group of scientific writings is devoted to investigating motivation factors through theoretical analysis. In particular, A. Maslow considered that human needs are the key motivation factor and pointed out that the human society constantly developes and consequently the level of human needs slowly but steadily increase. Following Maslow's invention, D. McClelland distinguish three basic human needs: 1) need of power that means that employees aim to control all the processes around themselves; 2) need of success that means the process of achieving of staff's goals; 3) need of involvement that means that people are interested in being a part of a friendly team. By contrast, F. Herzberg studied factors impacting on staff performance clearly dividing them in two groups: motivation factors (recognition, responsibility, growth opportunities, meaning of work) and hygiene factors (working environment, wages, working conditions, work-life balance, good colleagues, person's post). It is also worth to note that, on Herzberg's view, the hygiene factors do not motivate staff, they only help to prevent feelings of dissatisfaction, and, for this reason, each company must combine it with the motivation factors. In turn, W. Vroom [1, p. 89-91] proved that the main factor impacting on staff motivation is the interaction of the following components: the receiving of reward (so-called "valence"), the likelihood that efforts done will lead to the expected results (so-called "waiting"), and the likelihood that the achieving of the goal will refer to its remuneration (so-called "instrumentalism"). In other words, people are mainly motivated by the possibility of growth, but not by the reward. S. Adams regarded that the major factor impacting on staff motivation is a degree of justice (or injustice) which people feel in a certain situation. Justice is the

balance between the human contribution to improving the efficiency of the enterprise and the result received from the job done. As shown here these two factors are similar to the “efforts” and “rewards” in Vroom’s, Lawler’s and Porter’s, Nyusem’s models. Thus, the main difference between these three expectation theories is the recognition that means all people compare themselves with others when they assess the significance of received reward. In contrast, B. Skinner claimed that the person getting positive results for sophisticated tasks will behave in the same way in the future. But if the results are negative, then this person much more likely will change the way of the behavior. There is therefore disadvantage of Skinner’s motivation theory that is to ignore the impact of fridge benefits and psychological characteristics on staff motivation. M. Stratheford [1, p. 134-139] argued that the the factors impacting on staff motivation are staff’ knowledge, perceptions, thoughts about the causes and consequences of the processes in consistently changing world. So people are constantly doing something, and how they are doing it does not depend on only their individual needs, personal desires, but it mainly depends on external conditions. As a consequence, the its performance programm and project future people’s motivation. Taking into account all abovementioned findings, O.-I. Dobre divided motivation factors into external factors (incentives) and internal factors (motivation, needs, interests, and human values). At the same time, M. Kulikov proposed to divide factors impacting on staff motivation into institutional and administrative. M. Doronina, L. Sasina, V. Lugova, and G. Nad’on distinguished motivation factors at macro-, meso-, and microlevels and integrate them in one which is called “culture”. N. Chumachenko defined the motivational factors as a combination of macroeconomic stability, financial stability, fairness in pay, good working conditions and environment.

Further scientific investigations aimed to examine motivation factors used mainly econometric models. It is the second strand of present literature overview. In this line, Fisher conducted a quantitative research which statistically proved that responsibility, growth opportunuties, recognition are the decisive factors in order to motivate staff. By applying SPSS 18 and Amos 18 software, A. Barzoki, A. Attafar and A. Jannati carried out a staff survey that showed the following. High salaries, fridge benefits, medical insurance, life insurance, sick-pay, financial rewards have the greatest impact on staff motivation at the Iranian industrial enterprises. In turn, S. Hosseini performed a descriptive and inferential study on how to motivate staff at the Iranian banking institutions using the 52-item Job Motivation Questionnaire and the method of regression analysis. The scientist highlightened that there is the closest relationship between social needs and job motivation level. Meanwhile, according to Hosseini’s calculations, financial incentives are also significant extrinsic factors in increasing job motivation in the banking sector. Based on regression analysis, A. Vorina, M. Simonic and M. Vlasova [2] explored the relationship between staff engagement and job satisfaction in the public and private sector of Slovenia. The results presented that paper also illustrated that

there is a close relationship between staff engagement and gender. In this line, A. Khan, S. Ahmed, S. Paul and S. Kazmi employed multiple regression in order to examine the role, importance and contribution of benefits, job environment, empowerment and recognition to the staff motivation in Pakistanian banking industry. These authors also assesses the positive effect of staff motivation on long-term productivity growth in the banking sector of this country. Following this path, some researches used not only the method of regression analysis.

The researches of third group of scientific writings uses questionnares and, on that basis, make practical applications on how to motivate staff. In particular, B. Gupta and J. Subramanian focused on factors impacting on staff motivation in consultancy companies of Vietnam. They argued that According to E. Kuranchie-Mensah, financial incentives (good pay and remuneration) are the strongest motivators at the African mining companies. From this perspective, M. Odukah conducted a staff survey and detected a positive and significant effect of recognition, working conditions, training and development on employee motivation at the Kenian companies. At the same time, T. Ferreira analysed staff distinguishing intrinsic and extrinsic factors and using the tools of descriptive and structural analysis. The scientist proved that among intrinsic factors staff' goals and skills have great impact on sales force motivation in Portugal and among extrinsic factors transparency and loyalty are the key factors. I. Nemeckova is the author of empirical research backed-up by the roundtable method. That research was devoted to the examination of the role of fridge benefits (or "perks") such as flexible hours, free parking, occasional lunch from the business in staff development and motivation in the financial sector of the Czech Republic. The research pointed out that "perks" mostly depends on respondents' gender, age, education, skills, etc. Taking into account previous inventions, L. Thao and C.-S. Hwang constructed a conceptual framework of motivation factors and identified leadership, motivation and training as the principal factors impacting on employee performance in oil and gas industry of Vietnam. W. Zaraket, M. Azakur and M. Fawaz conducted a quantitative study, in which it was detected that there is a positive relationship between financial rewards and employee satisfaction in the banking sector of Lebanon.

Obtained results is the basis for making practical applications on how to motivate staff. So further investigations will be directed to the making practical recommendations on how to motivate staff at the Ukrainian enterprises.

References

1. Lussier, R. N. Human Resource Management: functions, applications, and skill development [Text] / R. N. Lussier, J. R. Hendon. – Business & Economics, 2018. – 309 p.

2. Vorina A. An analysis of the relationship between job satisfaction and employee engagement / A. Vorina, M. Simonic, M. Vlasova // Economic Themes. – 2017. – Volume 55. – Issue 2. – P. 243-262. DOI: https:/doi.org/10.1515/ethemes-2017-0014.

УДК 338.45

Чорна О.А.
к.е.н., старший науковий співробітник
відділу проблем економіки підприємств
Інституту економіки промисловості НАН України, м. Київ

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ

1. Інноваційний розвиток підприємств та поглиблення їх інтелектуалізації в умовах сучасного науково-технічного прогресу усе більше спрямовано у напрямі Індустрії 4.0 та цифровізації. Активне використання у роботі підприємства і виробництві цифрових технологій неминуче породжує нові суспільні потреби, формує вимоги до їх задоволення, створює зростаючий попит на високотехнологічні товари і послуги. В Україні за останні 30 років суттєво втрачено позиції у промисловому розвитку. Національна галузева та технологічна структура промисловості не в змозі задовольнити потреби у високотехнологічних товарах, що обумовлює зростання імпорту їх в Україні. Тому стають вельми актуальними підходи до розвитку промислових підприємств на основі поглиблення їх інтелектуалізації у напрямі Індустрії 4.0. і цифровізації.

2. Під *інтелектуалізацією підприємства* слід розуміти процес підвищення ролі, застосування та використання знань, інформації інноваційного характеру у функціонуванні підприємства та використання ним у своїй діяльності для досягнення поставлених цілей: передових технологій (розроблених і/або придбаних), зокрема автоматизації і роботизації виробництва, цифровізації процесів, штучного інтелекту, інтернет-технологій; висококваліфікованого і мотивованого персоналу (власно навченого і/або залученого ззовні), нематеріальних активів (створених і/або придбаних) та ін. Метою інтелектуалізації підприємства є його перманентна модернізація у напрямі сучасних технологій, безперервне навчання персоналу, підвищення інтелектуальної складової виробництва, виробленої продукції, наданих послуг (складності, інноваційності, використаних ноу-хау) з метою збільшення доданої вартості, прибутку та отримання стійких конкурентних переваг на внутрішньому і зовнішньому ринках (більш докладно у статті [1]).

3. Ключовими поняттями процесу інтелектуалізації є інновації та інтелект (знання, інформація), поєднання яких протягом часу обумовлює трансформацію економічних парадигм, концепцій і принципів виробництва, зміну вимог і стандартів до виробленої продукції і послуг, розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. Дослідження свідчить,

що у теперішній час розвиток підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності все більше потребує: клієнтоорієнтованості, тіснішого контакту із споживачами; співробітництва з іншими компаніями і виробниками товарів та послуг; навчання та розвитку співробітників як ключового фактору ефективності підприємства; формування лояльності клієнтів і їх уподобань у напрямі продукції підприємства; розвитку підприємства за ключовим напрямком діяльності; підвищення значення інтерактивно-мережевої логістики; соціальної відповідальності та екологічності бізнесу; розвитку розумних підприємств та широкого використання інтернету у діяльності. Підприємства, що не здатні будуть пристосуватися до нових викликів і правил гри, рухатись у напрямі цифровізації стануть більш слабкими, ресурсоємними і не спроможними конкурувати на ринку. Тому завданням промислових підприємств є підвищення власної інтелектуалізації в умовах постійного технологічного прогресу.

4. Характерною рисою Індустрії 4.0 є повністю автоматизовані виробництва, на яких управління всіма процесами здійснюється в реальному часі із урахуванням мінливих зовнішніх умов. В теперішній час в світі простежується тенденція перебудови традиційних виробництв в інтелектуальні і розумні заводи (smart factories). Автоматизація процесів та важливість інноваційного розвитку доповнюються підключенням процесів виробництва і управління до мережі інтернет, що є одним із ключових векторів сучасного розвитку промисловості, поглиблення їх інтелектуалізації. Для тих підприємців, які прагнуть розвивати розумні заводи надзвичайно важливим є досвід тих, хто вже успішно прямує у цьому напрямі. Спільне дослідження компанії *Deloitte* з *Альянсом виробників за продуктивність та інновації (MAPI)*, яке базувалось на досвіді промислових підприємств США, які активно впроваджують новітні технології, показало основні проблеми, з якими стикаються ці підприємства на шляху поглиблення інтелектуалізації у напрямі Індустрії 4.0 [2]: *по-перше*, проблеми, що виникають при будь-якій трансформації: культура, людський фактор та управління змінами; *по-друге*, більш специфічні для смарт-промисловості проблеми: підключення до Інтернету, цифрове управління декількома пристроями, налагодження взаємодії інформаційних та операційних технологій; *по-третє*, управління змінами у смарт-трансформаціях.

5. Стимулювання інтелектуалізації підприємств в умовах Індустрії 4.0 і цифровізації потребує урахування зовнішніх та внутрішніх факторів. До них можна віднести: 1) Ринкові, що відображають попит і пропозицію на ринку, зокрема це: ринкові та технологічні тренди; напрямки розвитку інтелектуальних підприємств у напрямі Індустрії 4.0; цифрові інструменти управління виробництвом (інтелектуальні інформаційні системи управління підприємством; реверс-інжиніринг; системи інженерного

аналізу; цифрові двійники; аддитивне виробництво або 3D друк; системи управління виробництвом MES; блокчейн; цифрова логістика; кібербезпека підприємства); ринкова кон'юнктура, доступ до ресурсів, зокрема фінансових; конкурентне середовище; співробітництво із професійними асоціаціями; наука і освіта у стимулюванні процесів інтелектуалізації підприємств, тощо. 2) Державні: державна політика, у визначенні пріоритетів розвитку, економічних та адміністративних стимулів. 3) Внутрішні (рівень підприємства). Політика підприємства: поступове перманентне впровадження у діяльність інструментів і технологічних компонентів управління інтелектуальним виробництвом (у тому числі цифрових).

6. Незважаючи на позитивні аспекти розвитку розумних заводів і смарт-промисловості є певні ризики такі, як зростання рівня безробіття, можливість втрати роботи громадянами в окремих галузях та секторах, пожвавлення кіберзлочинності. Саме тому держава має докласти зусиль, щоб суспільство знало про існуючі ризики та сприяти консультаційній та технологічній підтримці в упровадженні та використанні надійних інформаційно-комунікаційних систем, інфраструктур, платформ. Державні стимули можуть значно прискорити розвиток і поглиблення інтелектуалізації підприємств у напрямі Індустрії 4.0 в Україні, заохотити споживання та використання нових технологій через доступність бізнесу та громадянам.

Ще одним викликом для промислових підприємств є підключення до інтернет-мережі. Із-за особливостей будівель промислових підприємств Wi-Fi й інтернет-зв'язок можуть бути нерегулярними, що заважає безперебійній роботі додатків, обміну інформацією та доступу до неї. Розгортання в мережі технологій «розумних» заводів потребує ретельно продуманої стратегії із залученням кваліфікованих консультантів для побудови масштабованої цифрової інфраструктури та задоволення унікальних вимог кожного підприємства.

Список використаної літератури

1. Брюховецька Н.Ю., Чорна О.А. Інтелектуалізація як пріоритетний напрямок розвитку промислових підприємств в умовах Індустрії 4.0. *Економіка промисловості*, 2019. № 4. С. 28-57.

2. Stephen Laaper, Ben Dollar, Mark Cotteleer, Brenna Sniderman. Implementing the smart factory. New perspectives for driving value. URL: https://www2.deloitte.com/global/en/insights/topics/digital-transformation/smart-factory-2-0-technology-initiatives.html.

УДК 338.23:316.4

Чхеайло А.А.
к.філос.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу
та соціальних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Малафєєв Т.Р.
к.н. із держ.упр., доцент кафедри менеджменту, бізнесу
та соціальних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

КОРПОРАТИВНА ВАКЦИНАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

В сучасних реаліях, пандемія COVID-19 змінила життя кожної людини та набула рис глобальної проблеми всього людства, яку можливо вирішити завдяки об'єднанню зусиль держави, бізнесу та соціально відповідальних громадян. Беззаперечним є той факт, що єдиний засіб для захисту свого життя від хвороби та тяжкого її перебігу наразі є вакцинація. Економіка, бізнес, як і людина, також «хворіють» на COVID і тяжко долають наслідки перенесеної «хвороби». Тому соціально відповідальна людина вакцинується від COVID, а соціально відповідальний керівник допомагає своїм підлеглим вийти з існуючої ситуації з найменшими втратами для свого здоров'я.

Сьогодні тривають дискусії – чи має право керівник примушувати вакцинуватися співробітників своєї організації та нав'язувати свою точку зору на дану ситуацію, або вакцинація – це зона власної відповідальності працівника.

З одного боку, на українському ринку існують приклади бізнесу, які бойкотують існуючі карантині обмеження та вимоги держави щодо вакцинації, з другого боку – соціально відповідальний бізнес відстоює позицію, що вакцинація серед співробітників – це зона відповідальності керівника. Адже від цього залежить безпека не лише працівників і стейкхолдерів, але й вирішення існуючої глобальної проблеми.

Бізнес вимушений обирати між введенням жорстких карантинних норм, які будуть обмежувати його роботу та приносити збитки, та вакцинацією, яка на сьогодні є єдиним способом протидії COVID-19. Держава створила такі умови, що керівнику не вигідно працевлаштовувати або тримати на роботі невакцинованого співробітника, адже якщо у регіоні буде введено «червону зону», організація не буде мати можливості повноцінно працювати. В таких умовах функціонують ті компанії, які заздалегідь вакцинували своїх працівників.

Згідно з дослідженнями McKinsey Global Institute на готовність людей вакцинуватися впливають три ключові фактори – conviction (переконання),

convenience (зручність) та costlessness (відсутність витрат) [2].

Найголовнішої проблемою на шляху вакцинації є недовіра в українському суспільстві до якості вакцин. У червні 2021 року готовність вакцинуватися виявили лише 10% громадян. Бізнес має бути авторитетним комунікаційним каналом та надійним джерелом інформації щодо щеплення проти COVID-2019 та закріпити серед співробітників та клієнтів певні погляди та позицію. Компанія має оприлюднювати статистку щодо вакцинації своїх працівників, проводити зустрічі з лікарями з метою подолати фейки щодо щеплень. Керівник має стати лідером та прикладом для своєї команди, тобто вакцинуватися першим. Так, наприклад, в компанії Intertop Ukraine відмовляються від щеплень працівники тих магазинів, де вакцинацію ігнорує керівник [2].

Якщо компанія обирає шлях корпоративної вакцинації, вона має створити зручні умови для кожного співробітника. Він має розуміти, де він може вакцинуватися, як проходить ця процедура та стільки часу необхідно. Відповідальний роботодавець має самостійно організувати вакцинацію, щоб працівник комфортно та без зайвих сумнівів отримав щеплення.

Враховуючи, той факт, що вакцинація в України є безкоштовною, керівник має запропонувати співробітнику додатковий вихідний зі збереженням заробітної справи у разі поганого самопочуття після вакцинації. Німецька мережа супермаркетів Lidl виплачує вакцинованим співробітникам премії, а компанія Amazon – розігрує цінні призи. Такі винагороди спонукають працівників отримати щеплення, але, на нашу думку, людина має вакцинуватися свідомо, а не шукати власну вигоду.

Для українського бізнесу епідемія COVID-2019 – це можливість покращити свою репутацію. Відповідальність за своїх співробітників та безпечне середовище для споживачів товарів та послуг формують імідж компанії, який буде працювати на неї після закінчення пандемії.

Існуючі глобальні проблеми можливо подолати лише об’єднавши зусилля та демонструючи корпоративну соціальну відповідальність. Вакцинація – це складова філософії бізнесу, коли компанія демонструю свою свідомість, стійку позицію та цінності щодо подолання епідемії. Формування процесу корпоративної вакцинації у подальшому позитивно впливає на економіку, бізнес і суспільство в цілому.

Список використаної літератури

1. Стеценко В. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії / В. Стеценко, Ю. Березова // Галицький економічний вісник. — Т.: ТНТУ, 2020. — Том 63. — № 2. — С. 243-250.

2. Бадрітдінов С. Вакцинація як перепустка на работу: що робити компаніям // URL: https://biz.nv.ua/ukr/experts/primusova-vakcinaciya-spivrobitnikiv-v-ukrajini-yak-diyati-biznesu-ostanni-novini-50193689.html

УДК 351:316.332

Шведун В.О.
доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри публічного управління та підприємництва,
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна
Євсюков О.П.
доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри державного управління
у сфері цивільного захисту
Інституту державного управління
та наукових досліджень з цивільного захисту, м. Київ, Україна

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ ЯК ЗАПОРУКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ

При цьому доцільно розглянути найбільш небезпечні загрози економічній безпеці на сучасному етапі розвитку економіки України. Так, повна залежність від розвитку світового ринку і його динаміки значно знижує економічну безпеку України. Національна економіка обумовлюється станом міжнародних ринків металургійної продукції, енергоносіїв та хімічної промисловості [1; 3].

Гострою проблемою також залишається висока енергетична залежність України від імпортних поставок енергоресурсів – імпортовані обсяги нафти та природного газу протягом останніх років становили понад 60 % загального обсягу палива, що використовується в Україні. Отже, енерго-економічна безпека є досить вразливою складової економічної безпеки України. У зовнішньоекономічній сфері присутня незбалансована структура експорту та імпорту України. Імпорт тяжіє до споживчих тенденцій, за яких на територію України ввозиться переважно готова продукція іноземних виробників. У експорті переважає сировинна складова, коли в основному вивозяться товари з низьким ступенем переробки та мінеральна сировина. Надзвичайно малою в загальному обсязі експорту залишається частка наукоємної і високотехнологічної продукції, що, в свою чергу, негативно впливає на показники зовнішньоторговельного балансу країни [2; 4].

У сфері інвестиційної безпеки України до основних загроз слід віднести такі:

- недостатні обсяги і недосконала структура прямих іноземних інвестицій в економіку України;
- недотримання норм інвестування щодо ВВП;
- несприятливий інвестиційний клімат;

- недосконалість державної грошово-кредитної політики.

Таким чином, на даному етапі розвитку України економічна безпека забезпечується на недостатньому рівні і поліпшення поточного стану вимагає постійного контролю та активної політики держави щодо протидії як зовнішнім, так і внутрішнім загрозам. Забезпечення національних інтересів стосовно питання економічної безпеки є найважливішою функцією держави, реалізація якої неможлива без постійного моніторингу рівня економічної безпеки і системи механізмів саморегулювання і регулювання (державних органів та інститутів ринку) [3; 5].

При цьому необхідно враховувати, що рівень економічної безпеки в кожен конкретний момент часу залежить від стану зазначених складових економічної безпеки. Такий стан можна оцінити як із якісної, так і з кількісної точки зору.

У світовій практиці використовуються такі групи методів для визначення рівня економічної безпеки та її складових:

- спостереження основних макроекономічних показників і порівняння їх з пороговими значеннями;
- метод експертної оцінки за рівнем загроз;
- оцінка темпів зростання країни за основними показниками і динаміка їх зміни;
- методи прикладної математики, зокрема, статистичного аналізу [2; 5].

В Україні в сучасних умовах за основу аналізу економічної безпеки традиційно використовується індикативний метод, який передбачає розрахунок комплексного інтегрального показника, розрахованого по системі встановлених критеріїв. Багатовимірний підхід цього методу дозволяє максимально розкрити економічні явища. Відповідно, індикативний метод реалізований у Методичних рекомендаціях розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджених Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі Україні від 29 жовтня 2013 року № 1277 [2; 5].

Згідно з цим документом офіційно визначено показники та їх оптимальні й порогові величини, а також їх граничні значення в Україні. При цьому під оптимальними значеннями індикаторів розуміється інтервал величин, у межах якого створюються найбільш сприятливі умови для відтворюваних процесів у економіці. Порогові значення являють собою кількісні величини, порушення яких викликає несприятливі тенденції в економіці. Граничні значення індикаторів – це кількісні величини, порушення яких викликає загрозливі процеси в економіці [2; 7].

Список використаної літератури:

1. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади : навч. посіб. / за заг. ред. Н. Р. Нижника, В. М. Олуйка. – Л. : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2002. – 352 с.

2. Євсюков О. П. Державні механізми зміцнення соціально-економічної безпеки : монографія / О. П. Євсюков. – Х. : НУЦЗУ, 2018. – 287 с.

3. Євсюков О. П. Удосконалення державних механізмів забезпечення соціально-економічної безпеки / О. П. Євсюков // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. – 2018. − № 1. − Т. 29 (68). – С. 75–79 . – (Серія «Державне управління»).

4. Про Концепцію (основи державної політики) національної безпеки України : Постанова Верховної Ради України (із змінами і доповненнями) 16 січня 1997 року.

5. Проект Стратегії економічної безпеки України на період до 2025 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-shvaliv-proekt-strategiyi-ekonomichnoyi-bezpeki-ukrayini-na-period-do-2025-roku

6. Рубан А. В. Формування дієвих механізмів вирішення проблем державного регулювання у сфері національної безпеки // Публічне управління і адміністрування в Україні. – 2019. − № 11. – С. 141–143 .

7. Ситник Г. П. Державне управління національною безпекою України : монографія / Г. П. Ситник. – К. : Вид-во НАДУ, 2004. – 408 с.

8. Шведун В.О. Сучасні концепції забезпечення державного управління соціальної та економічної безпеки держави / О.П. Євсюков, В.О. Шведун // Інвестиції: практика та досвід. 2021. – № 4. – С. 82 –85.

УДК 351.84+346.548

Швидка О.Б.
к.н. із соц.ком.,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та соціальних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

В епоху цифрової глобалізації людство стрімко вступило в принципово нову інформаційну епоху, в якій управління стратегічними комунікаціями є важливою умовою високої конкурентноспроможності бізнесу та його сталого розвитку. Ефективна комунікація лежить в основі важливих бізнес-процесів і є найважливішим елементом системи управління будь-якою організацією.

За даними Blue Source, 97% співробітників вважають, що спілкування здійснює реальний вплив на виконання повсякденних завдань. Таким чином, ефективна бізнес-комунікація – це не просто якась абстрактна концепція, якою можна знехтувати через те, що вона незначним чином впливає на справи бізнесу, це – конкретні комунікаційні технології, які слід застосовувати на постійній основі. Статистика свідчить також про прямо пропорційну залежність ефективної бізнес-комунікації з більш високим рівнем продуктивності праці на робочому місці. Blue Source зазначає, що продуктивність праці зростає на 25% компаніях із високим рівнем залученості персоналу, і в той же час 44% співробітників бажають більш широкого впровадження інструментів, пакетів та додатків для внутрішньої комунікації [1].

Бізнес-комунікації - це цілісна система стратегічної і тактичної взаємодії із внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами (співробітниками, клієнтами, акціонерами, постачальниками, інвесторами), специфіка якої обумовлена сферою ділових відносин, у якій вони використовуються.

Реалії сьогодення свідчать про те, що людство стрімко вступило в принципово нову інформаційну епоху, в якій комунікаційні технології посідають чільне місце. 2020-й рік непередбачувано змінив наше життя в цілому, і бізнес-комунікації зокрема. Майже миттєво необхідно було перевести на віддалену роботу цілі установи та організації, і тенденції повільного впровадження інформаційно-комунікативних технологій були прискорені в десятки разів. За словами С.Наделла, Генерального директора Microsoft «за два місяці ми побачили цифрову трансформацію за два роки»[2].

За останній рік зарубіжні експерти виділили тренди в розвитку комунікаційних технологій, які значно впливатимуть на побудову бізнес-комунікацій у майбутньому.

Перехід на віддалену роботу загнав значну кількість компаній у глухий кут і впродовж перших декількох місяців адаптації стало очевидно, наскільки важливою є внутрішня комунікація. Якщо раніше у співробітників було достатньо можливостей зайти й поспілкуватись один з одним, то зараз, коли багато хто й досі не зустрічаються віч-на-віч, використання технологій у бізнес-спілкуванні має вирішальне значення.

Отже, наведемо деякі основні напрями оптимізації бізнес-комунікації в умовах віддаленої та гібридної організації робочого процесу [3].

1) Збільшення візуальної комунікації.

Комунікація має певні проблеми, коли члени команди знаходяться на відстані, і саме візуальна комунікація через використання відеоконференцзв'язку дозволить вирішити цю проблему. Можливість бачити один одного допоможе створити атмосферу співпраці і відчувати себе менш ізольовано один від одного і, відповідно, бути більш продуктивними. Безумовно, ідеалізувати цей вид візуальної комунікації недоречно, оскільки можуть виникати різні технічні перешкоди, але, сподіваємось, що із запровадженням 5G ці комунікативні бар'єри будуть усунені.

2) Контент за запитом для комунікацій.

За даними досліджень, відео є переважним способом отримання контенту в цілому і фактично, співробітники на 75% частіше переглядають відео, аніж читають текст. Відповідно, використання саме відео-контенту є оптимальним для комунікацій різного виду. Для внутрішніх комунікацій доречним, для прикладу, є використання такого інструменту, як MS Stream, а для комунікації із зовнішнім середовищем, щоб укріпити бренд, просувати продукти і послуги, доречною, на наш погляд,є використання платформи YouToube.

3) Гнучкість у будь-який час.

За даними Owl Labs State of Remote Work 2020, коли закінчиться ситуація з пандемією, кожна друга людина не повернеться на таку роботу, яка не передбачає можливість працювати віддалено. Це дослідження також показало, що 75% людей однаково, або навіть більше продуктивні вдома, у той час як 80% очікують, що будуть працювати з дому як мінімум три рази на тиждень. З огляду на це, в тих галузях, де це видається можливим, доречно буде подумати про те, щоб дозволити працівникам працювати, коли і де їм зручно.

4) Оперативна комунікація.

Необхідно створити канали для внутрішнього оперативного зв'язку. Ефективна оперативна комунікація дозволяє різним відділам швидше й ефективніше виконувати операційні завдання компанії. Ця форма комунікації має вирішальне значення для успіху компанії, оскільки вона поєднує повсякденні дії співробітників у різних відділах. Прикладом таких інструментів є Slack і Teams, які дозволяють спілкуватися і по

вертикалі, і по горизонталі, і у висхідних, і у низхідних комунікаціях. Ці інструменти забезпечують доступ до важливих документів з будь-якого місця роботи, дозволяючи співробітникам легко і зручно отримувати вичерпну інформацію для правильного виконання своєї роботи, а також запобігають перервам у спілкуванні.

5) Більше спілкування.

Щоб не втрачати продуктивність праці, співробітники повинні відчувати зв'язок з організацією. Доведено, що перерви у спілкуванні негативно впливають на «командний дух» працівників. З огляду на це, важлива інформація, така, як нові проекти та ініціативи, повинна регулярно доводитись до колективу для забезпечення прозорості. Крім того, бажано замінити односторонній зв'язок, такий, як розсилання інформаційних повідомлень через електронну пошту, на спілкування через будь-який портал для співробітників, що дозволить оперативно отримувати зворотній зв'язок. При переході від віддаленої до гібридної організації роботи слушним є збільшення кількості та якості спілкування, що дійсно дозволить покращити командний дух і продуктивність праці. Дуже важливим є використання відкритих робочих просторів, які дають можливість збиратися працівникам там, де вони цього бажають, заохочуючи до творчої співпраці. Дослідження говорять, що тільки це може підвищити продуктивність праці на 25%.

Наразі, зараз саме час озирнутись на останні півтора року і оцінити, що спрацювало та дозволило вижити компаніям в сучасних реаліях. На нашу думку, ефективні форми спілкування та розвиток інструментів бізнес-комунікацій допоможуть забезпечити сталість розвитку та високий рівень конкурентноспроможності компаній в умовах невизначеності.

Список використаних джерел:

1. https://paradoxmarketing.io/capabilities/sales-marketing-integration/insights/the-importance-of-business-communication-in-your-organization/

2. https://www.snetconnect.com/4-trends-in-that-will-shape-business-communications-in-2021-and-beyond/

3. https://awecomm.com/Blog/technology-in-business-communication-trends-for-2021-and-beyond/

УДК 364.467

Швидка О.Б.
к.н. із соц.ком.,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та соціальних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Власова В.В.
магістр 1 року навчання,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ВОЛОНТЕРСТВО У СОЦІАЛЬНОМУ ПАРТНЕРСТВІ

Соціальне партнерство – це метод регулювання соціально-трудових відносин, вид корпоративізму, об'єктивний процес формування соціальної держави, це не лише перерозподіл ресурсів для вирішення соціальних проблем, а й спільна відповідальність за їх вирішення, що може втілюватися у громадянських діях, які передбачають ініціативу народу в межах громадянського суспільства.

Перші принципи соціального партнерства були втілені в практику Міжнародною організацією праці з метою поширення розуміння того, що універсальна, довготривала співпраця можлива лише на основі соціальної справедливості, яка є необхідною для загального й міцного миру.

Соціальні партнери часто відіграють ключову активну роль у забезпеченні активної діяльності ринкової політики, яка може підтримувати нужденних та безробітних, які шукають роботу. [6]

Ефективне соціальне партнерство – невід'ємна частина ринку праці та соціальної відповідальності. З одного боку його розвиток залежить, а з іншого призводить до покращення соціальної ситуації, росту рівня оплати праці та зайнятості, відповідно, скорочення рівня безробіття та бідності, удосконалення законодавства у сфері соціальної політики. Через призму реалізації механізмів соціального партнерства можна прослідкувати роль соціального та людського капіталу, ступінь розвитку суспільства, рівень розвитку корпоративного управління. [5]

Соціально-психологічна, економічна нестабільність, зниження рівня життя та моральних цінностей у суспільстві, зростання злочинності та насильства. – характерні критерії нинішній ситуації, що склалася в Україні. Потреби у психологічній та соціальній підтримці населення, безперечно, зростають. Завдяки цьому існує потреба залучення різних верств населення до соціально-психологічної роботи волонтерів-помічників.

Згідно з Законом України «Про волонтерську діяльність», волонтерська діяльність - добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги.

У Законі України «Про волонтерську діяльність» (19.04. 2011 №3236 –VI) наголошується про те, що «держава сприяє громадським об'єднанням та благодійним організаціям у їхній діяльності, спрямованій на розвиток волонтерської діяльності, сприяє здійсненню міжнародного співробітництва з питань волонтерської діяльності, узагальнює і поширює практику роботи у цій сфері» [4] . Основними нормативними документами, які визначають волонтерську діяльність, є:

1. Постанова Кабінету Міністрів від 05.08.2015 р. № 556 «Про Порядок надання волонтерської допомоги за окремими напрямами волонтерської діяльності.

2. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.08.2015 № 604 «Про порядок питання виплати одноразової грошової допомоги у разі загибелі (смерті) або інвалідності волонтера внаслідок поранення (контузії, травми або каліцтва), отриманого під час надання волонтерської допомоги в районі проведення антитерористичної операції, бойових дій та збройного конфлікту» [2] .

Наразі в Україні функціонує низка недержавних організацій, які сприяють активізації громадської діяльності шляхом розвитку волонтерського руху, спрямованого на якнайширше залучення населення до суспільно корисної роботи на добровільних засадах у благодійних, громадських, державних та бізнесових організаціях, для допомоги в розв`язанні численних соціальних проблем.

Так, 2017 року біла створена «Українська волонтерська служба», місією якої є формування культури волонтерства та взаємодопомоги в Україні. Створено онлайн-портал «Національна Волонтерська Платформа», на якому неурядові організації уже можуть додавати волонтерські можливості, а кожен охочий — шукати волонтерство у своєму місті.

«Будуємо Україну разом» - волонтерська програма, яка через спільну працю, подорожі та неформальну освіту об'єднує українську молодь у мережу активних громадян. Ця волонтерська програма налічує на сьогодні 4170 волонтерів.

Наразі волонтерською допомогою користуються майже всі державні соціальні установи та неурядові організації. Символ волонтерів України – жовтий колір одягу – означає тепло сонця, самовідданість і послідовність у бажанні зробити навколишній світ кращим.

Всеукраїнська благодійна акція «Монети дітям» на підтримку онкохворих дітей є прикладом волонтерської діяльності. З 1 по 30 вересня 2021 року з ініціативи Національного банку України та за підтримки Міністерства освіти і науки України «Таблеточки» провели акцію зі збирання монет номіналом 25 копійок та перетворення їх на монети, що стали потужною допомогою сотням дітей, які борються із раком. Взяти участь в акції міг будь-хто: віднести монети номіналом 25 коп. до

найближчого відділення банку-партнера та переказати кошти на рахунок фонду «Таблеточки» [1]. Понад дві третини від загального результату – це частка благодійної суми, зібраної через відділення Ощадбанку, у підсумкових результатах акції «Монети дітям», що завершилася 15 жовтня. Ощадбанк - беззаперечне 1 місце серед усіх банків, які брали участь у програмі, у частині благодійних внесків, що вносяться через його каси. Акція передбачала збір монет, що вийшли з обігу, номіналом 25 копійок для подальшого перерахування коштів на допомогу онкологічним дітям. Загальна сума благодійних внесків становить понад 3 мільйони гривень. До збору монет долучилось 4370 навчальних закладів та колективів з усієї України.

Для Ощадбанку це не перший спільний проект із фондом «Таблеточки». З 2017 року банк планомірно співпрацює з фондом із різних напрямків. Так, в інформаційно-платіжних терміналах та інтернет-банку Ощад 24/7 є можливість перерахувати благодійну допомогу онкологічним дітям, які перебувають під опікою «Таблеточки». «Постав Like, що має значення» - проект Ощадбанку та Mastercard, в якому спеціальні термінали можуть робити фіксований внесок на рахунок фонду.

На початку вересня Ощадбанк підтримав благодійний забіг «Доброрун 2021», який другий рік поспіль збирає кошти для підопічних фонду «Таблеточки». У забігу взяли участь понад 150 представників банку та їхніх родичів у Києві та Одесі [3].

Отже, в нинішній ситуації у світі послуги волонтерів потрібні для розв’язання проблем у соціально-психологічній, економічній, культурній, гуманітарній сферах. Чи є соціальне партнерство відповіддю на такі проблеми? Принаймні - це частина відповіді. Країни, які прагнуть дерегулювання трудових відносин і відмови від соціального партнерства, незабаром на власному гіркому досвіді виявляють, що низько-ефективні шляхи коштують дорого і є гальмуючими. Важливо пам’ятати, що волонтерство – це взаємовигідна діяльність. Воно допомагає не тільки тим, на кого безпосередньо спрямоване, а й суспільству загалом, і, звичайно ж, самому волонтеру. Чим більше організацій почне долучатися до волонтерської роботи, тим більше зросте добробут населення, а отже, це призведе до покращення всіх сфер життя, не лише соціальної, але і економічної та політичної. Долучитися до участі волонтера в соціальному партнерстві може кожен громадянин. Участь в благодійних акціях, заходах, спрямованих на допомогу та розвиток, дозволить кожному внести свій вклад у всебічний розвиток держави і її добробут. Люди, об’єднані спільною візією, цінностями і метою, здатні творити дива. Тому технічно втілити таку потужну ідею у життя є надзвичайно важливо.

Список використаної літератури

1. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua.

2. Офіційний вебпортал парламенту України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rada.gov.ua/ .

3. Сайт АТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.oschadbank.ua/.

4. Калениченко Р.А.Волонтерство в соціальній роботі: Навч. посіб. — К.: КиМУ, 2008 р. С — 86 с.

5. Букрєєва, І. В. Волонтерство як вид соціального партнерства. Публічне управління в системі координат: демократія, децентралізація, місцеве самоврядування: тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. 2019 р. — С. 123-126.

6. Streeck, W and Hassel, A. (2003). The Crumbling pillars of social partnership. West European Politics, Vol 26, 4, pp 101-124.

УДК 351.84+346.548

Швидка О.Б.
к.н. із соц.ком.,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та соціальних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Погореленко А.К.
магістр 1 року навчання,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Не дивлячись на те, що статтею 5 Конституції України забезпечуються конституційні основи правопорядку у сфері господарювання, останнім часом це питання набуло особливої значущості (рис. 1). Це підтверджується включенням параграфу 16 в оновлену Національну стратегію у сфері прав людини, затверджену 24 березня 2021 року [1]. Причина такого оновлення – концентрована увага та актуалізація державної політики щодо захисту прав людини в умовах збройної агресії Російської Федерації.

2014 рік	→	*Ініціація та розробка Національної стратегії у сфері прав людини у 2014-2015 роках.* Причина: посилення необхідності вдосконалення діяльності держави, спрямоване на розв'язання системних проблем у сфері забезпечення права і свободи людини, а також створення дієвих механізмів їх реалізації та захисту.
2015 - 2020 рр.	→	*Розробка змін і до Плану дій з реалізації Стратегії, і до Стратегії.* Причина: необхідність актуалізації Стратегії в умовах нових викликів у сфері прав людини. Це посилювалось необхідністю її приведення у відповідність до вимог чинного законодавства, міжнародних та європейських стандартів, а також забезпечення імплементації її стратегічних цілей, завдань та досягнення очікуваних результатів.
24 березня 2021 року	→	*Доповнення Стратегії (з поміж іншого) п. 4 «Стратегічні напрями» оновленими складовими, у тому числі - § 16 «Забезпечення дотримання прав людини в процесі ведення господарської діяльності».* Причина: наявність випадків порушення прав людини з боку суб'єктів господарювання (зокрема, у сфері трудових відносин, захисту персональних даних, захисту прав споживачів, захисту навколишнього природного середовища тощо).

Рис. 1. Значущість та актуалізація забезпечення прав людини у сфері господарської діяльності

Джерело: складено автором

Україні знадобилось 30 років, щоб не тільки вдосконалити підходи та регуляції з утвердження та забезпечення прав і свобод людини, а й створити дієві адаптаційні механізми їх реалізації та захисту.

Важливим у цьому є фокус держави на проблематиці дотримання прав людини у бізнесовій діяльності. Держава не тільки вбачає проблему у порушенні прав людини (зокрема, у сфері трудових відносин, захисту персональних даних, захисту прав споживачів, захисту навколишнього природного середовища тощо), а й планує імплементувати Керівні принципи ООН з бізнесу та прав людини.

Глобальні тренди, які сьогодні формують розвиток українського суспільства, актуалізували питання соціальної відповідальності (СВ) бізнесу як складової сталого розвитку та забезпечення добробуту. Її ключова ознака – відсутність прямого зв'язку з прибутком як метою діяльності, що засвідчує розуміння бізнесом ролі, яку він виконує.

Законодавче визначення поняття «соціально відповідальний бізнес» міститься у «Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» [2]. СВ, згідно з документом, це відповідальна поведінка суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвиткові суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності.

СВ бізнесу як явище - свідоме та добровільне відношення бізнесу до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань та цінностей та розуміння наслідків своєї діяльності для суспільства, споживачів, партнерів, працівників та держави.

Вона сьогодні втілюється у вигляді відповідних проектів, які реалізують та постійно адаптують компанії як реакцію на існуючі умови розвитку. Це підтверджується статистикою, яку демонструють сьогодні в цьому напрямі компанії, які реалізують свою діяльність в Україні, серед яких – «Київстар», «Нова пошта», Агрохолдинг «МХП», «PepsiCo Україна», «Кока-Кола Бевериджиз Украина», «Альфа-Банк», Група компаній «Метінвест», «AVON», «BASF», «Carlsberg Ukraine», «L'Oreal», «Mary Kay», «Біосфера», «Креди Агриколь Банк», «МЕТРО Кеш енд Кері Україна», «ОККО», «ПУМБ», «Rozetka», «Смарт-Холдинг», «Агро-регіон», промислова компанія «Інтерпайп» [3, 4, 5] та багато інших. І це - лише маленька частка і лише великі та потужні компанії - із загального переліку соціально відповідальних компаній України. Напрями та зміст їх соціально відповідальної діяльності надзвичайно різноманітний – від підтримки учасників АТО до підтримки громадянам у боротьбі з коронавірусом.

Експерти [6], які займаються впровадженням СВ та забезпеченням сталого розвитку для системних та якісних змін в Україні, констатують, що вже 83% компаній впроваджують стандарти СВ в Україні. Позитивна ознака цього – СВ значною мірою формує репутацію будь-якої компанії (67%), що є наслідком затверджених стратегій СВ (52%).

Бізнес поступово починає позиціонувати себе як рушій прогресивних змін, які відбуваються сьогодні у нових підходах до побудови стратегії, комунікації, регулювання, управління та мають на меті забезпечити перехід до практики саме соціальної діяльності. Саме СВ сьогодні стає «лакмусом», який визначає новий вид лідерства.

Зосередження уваги на важливості економічних інтересів сьогодні вже недостатньо. Будь-який бізнес має економічні, юридичні, а також соціальні та моральні обов'язки. Особливо це стосується великих та системоутворюючих компаній. Тільки активно взявши на себе СВ та дотримуючись неї, компанії стають найбільш конкурентоспроможними та життєво важливими.

Список використаних джерел:

1. Національна стратегія у сфері прав людини, затверджена Указом Президента України від 24 березня 2021 року. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119/2021#Text

2. «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року», схвалена розпорядженням КМУ від 24 січня 2020 р., № 66-р. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text

3. Паладієва Я. Соціальна відповідальність бізнесу: що це означає та чому важливо. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://mainbusinesspartner.ua/sotsialna-vidpovidalnist-bisnesu

4. Стаджи Д. Топ-25 лучших программ КСО // dsnews.ua від 29 липня 2020 р. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543

5. Біла С. О. Європейський досвід успішної практики соціальної відповідальності бізнесу: орієнтири для України // Європейські студії в Україні: здобутки, виклики та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2 червня 2017 р.). - Київ : Українська Асоціація Викладачів і Дослідників Європейської Інтеграції. - Терен, 2017. - С. 35–40.

6. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності (СВБ)» / CRS Ukraine. - Електронний ресурс. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org

УДК 336.71

Svydka O.
Ph.D. with social com.,
Associate Professor of Department of Management, Business and Social Communications,
KESI "Karazin banking institute" V. N. Karazin Kharkiv National University
Sytnyk B.
Second year master,
KESI "Karazin banking institute" V. N. Karazin Kharkiv National University

INNOVATIONS AS THE FOUNDATION OF BANKING INSTITUTION DEVELOPMENT

Innovation, defined as the process of developing new or improving existing banking products and services, technologies for their promotion, and new innovative methods of bank management to generate additional revenue and competitive advantages, is always aimed at increasing trust and customer loyalty. Their creation and execution are typically motivated by a desire to find new ways to increase market presence and product range.

We shall notice that a current trend in the digitization of inventions (mobile applications, cloud technologies, blockchain, and so on) has emerged. This is related to the current state of banking activity, which is centered mostly on the distant character of the interaction between banks and clients.

Banking innovations are implemented in a wide range of areas, including product, process, technology, marketing, and management. Product innovation, in reality, offers the bank with both fundamentally new financial products (with more appealing consumer attributes) and improvements to particular aspects of current goods (to meet needs that were not previously taken into account).

Modern banking institutions have lately experienced major modifications in the organization's new organizational structures. This is related to the ongoing evolution of the globalization setting and the growth of the network form of organization. All this pushes bank executives to continuously seek out new organizational structures.

As a result, it is obvious that the concept of "innovation" includes any innovations related to any area of the bank, the general direction of implementation of which ensures the achievement of the appropriate economic and strategic effect in the form of increasing customer base and, consequently, market share, cost reduction for certain types of operations, and so on.

In the bank's interaction with the client, innovations allow the bank to first attract and "consolidate" the potential customer's attention, and secondly - to secure the client's competitiveness. They are the driving force behind bank development and constant improvement in order to optimize client satisfaction.

The innovative aspect of banking activity reflects present technical and scientific accomplishments. This is most visible in the increasing automation and informatization of essential banking activities, as well as the construction of the value of banking goods and services. After all, the presence of an innovative component is critical to client loyalty when selecting a bank, since the requirements of financial service customers have lately radically changed the structure and content. Being a conventional client is not enough for a potential consumer. Post-industrialization, which is becoming more prevalent in banking, necessitates 24-hour communication and rapid resolution of any present issues.

Today, innovations constitute the ecosystem of bank innovation activity, which is created to ensure effective innovation and active contact of the bank with customers and partners, and is a competitive advantage that supports the bank's successful operation and development.

Banking innovation ensures the dynamism and adaptation of the industry, ensuring comfort, accessibility, and trust. By the way, today's innovations serve as the foundation for not only their execution, but also the enhancement of bank business operations and the formulation of such management decisions that assure the elevation of banking to a qualitatively new level.

References:

1. Банківська система України: інституційні зміни та інновації : Кол. монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. О. Примостки . – К.: КНЕУ, 2015. – 434 с

2. Банківський менеджмент: інноваційні концепції та моделі [Електронний ресурс] : моногр. / за заг. та наук. ред. проф. Л. О. Примостки. - К. : КНЕУ, 2017. - 380 с.

УДК 336.71:331.101.3

Шевченко В.І.
к.філол.н., доц., доцент кафедри менеджменту,
бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н.Каразіна
Червоточенко А.С.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРАЦІВНИКІВ

На сучасному етапі розвитку, в умовах економічної, політичної та соціальної нестабільності, трансформації та глобалізації, все більшого значення набуває питання забезпечення стійкого та динамічного розвитку і функціонування кожного окремого банку, а тим самим і банківської системи загалом. Досягнення ліквідності, платоспроможності, стійкості та конкурентоздатності банком – це лише відображення отриманих фінансових результатів, за якими стоять люди, а саме працівники банку.

В історії існує багато прикладів, коли банки, володіючи фінансовими ресурсами зазнали банкрутства, і навпаки ж коли стрімко зростали та розвивалися зовсім малі. Визначальним фактором у цих процесах були, є та будуть – банківські працівники. Ці ситуації підтверджують той факт, що роль кваліфікованого та ефективно діючого персоналу в залученні фінансових ресурсів, отриманні необхідної інформації, яка може вплинути на кінцеве рішення при ухваленні можливості надання певних банківських продуктів, або послуг – ключова. Однак, як відомо, працівник, незалежно від сфери зайнятості, буде максимально викладатися в свою роботу, працюючи на добробут та процвітання компанії, тільки за умов відповідної мотивації. І працівники банківської сфери не є виключенням.

Мотивація – це діяльність, метою якої є активізація людей, що працюють в організації, ефективніше виконувати свої посадові обов’язки. Що визначає тісний взаємозв'язок управлінського та індивідуально-психологічного вмісту мотивації [1].

В основі мотивації лежить прагнення працівника задовольнити свої потреби на основі трудової діяльності. Мотивована діяльність – це діяльність, яка визначає вільні, внутрішньовизначені дії людини, що спрямовані на досягнення своїх цілей та реалізацію інтересів.

Щодо, банківських співробітників, то їх мотивація має бути вибудувана таким чином, щоб їхня діяльність максимально органічно поєднувалася із загальнобанківськими цілями. Тобто, трудова діяльність має задовольняти потреби працівника із мінімальними витратами. І за даних умов, важливим фактором є те, що винагорода має бути пов’язана

безпосередньо з трудовою діяльністю працівника, а не з такими факторами, як стаж роботи, соціальний або службовий статуси. Якщо ж дана вимога не витримується, то говорити про плідну мотивацію неможливо, навпаки ж формується мотивація неефективної праці. Отже, ефективна система мотивації банківських працівників – це запорука їх результативної робота, яка позитивно впливає на результати діяльності банку. Розглянемо систему мотивації банківських працівників більш детально (рис. 1).

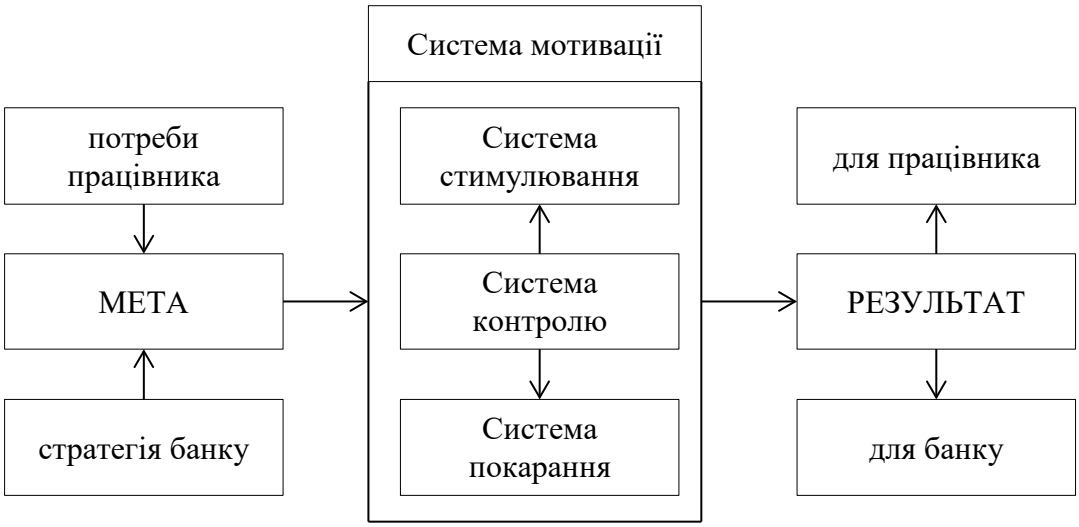


Рис. 1. Структура система мотивації банківських працівників [2]

Варто зазначити, що система стимулювання банківських працівників, органічно поєднує в собі системи стимулювання, контролю та покарання. Однак, її ефективність проявляється виключно тоді, коли вона відповідає очікуванням працівників та спонукає їх до ефективного виконання своєї діяльності.

Найбільшою проблемою системи мотивації банківських працівників є інформованість про розмір індивідуальної матеріальної винагороди, при визначення системи компенсації. Так, якщо інформація є відкритою, то працівник починає порівнювати розмір своєї заробітної плати з іншими колегами, які здійснюють таку ж роботу, і якщо, на його думку, винагорода йому здається недостатньою, то мотивація його значно понижується. І навпаки, ситуація коли розмір винагороди невідомий іншим працівникам – це також значно зменшує ефективність працівників.

Яскравим прикладом ефективної і результативної системи мотивації банківських працівників є АТ «ОТП Банк», який визнано одним із найбільших вітчизняних банків та лідером фінансового сектору країни [3].

Система мотивації банківських працівників АТ «ОТП Банк» побудована таким чином, що всі співробітники, які задіяні на одному територіальному підрозділі, залежать один від одного, а саме від

ефективності виконання плану, що позначається на розмірі отримуваних винагород кожного місяця та преміях кожного кварталу.

В кожного співробітника своя програма мотивації, в залежності від задач, які ним виконуються. Так, наприклад, менеджер по роботі з клієнтами при відкритті клієнту банківського пакету отримує винагороду в розмірі 250 гривень. При оформленні кредитної картки менеджеру зараховується 100 гривень, однак за умови, що протягом 30 днів картка була активована шляхом використання клієнтом кредитного ліміту.

Також, для співробітників банку, а саме менеджерів з продажу, існує програма «ОГО марафон», суть якої полягає в тому, що за кожен продукт, який було продано співробітником банку, зараховуються та накопичуються бали, які в кінці місяця підраховуються по кожному з працівників. Потім, на основі отриманих результатів, визначається працівник, який продав найменшу кількість банківських продуктів та послуг. Він потрапляє в червону зону і отримує червону карту. У разі отримання такої картки три рази – працівника звільняють. Звісно, можна говорити, що дана система мотивацiє банківських працівників є агресивною, та змушує працівників в колективі постійно знаходитися в умовах конкуренції, проте з іншого боку, її умови прозорі і зрозумілі.

Отже, можна зробити висновок, що в умовах економічної та політичної нестабільності забезпечення стабільного та прибуткового функціонування банківських установ набуває все більшого значення. За фінансовими показниками діяльності банків стоїть робота банківських працівників, від вмотивованості яких в кінцевому результаті залежать основні показники діяльності, а саме ліквідність, прибутковість та конкурентоздатність банку. Для того, щоб мотивація банківських співробітників постійно залишалася максимально ефективною, необхідно постійно підвищувати гнучкість та прозорість системи мотивації, а також контролювати її ефективність.

Список використаних джерел:

1. Юрчук Н. П., Захарчук Д. В.Мотивація персоналу в системі управління банку [Електронний ресурс]. URL : http://www.agrosvit.info/pdf/9_2018/12.pdf

2. Циганова Н. Система мотивації банківського персоналу: проблеми оцінки та удосконалення [Електронний ресурс]. URL : https://www.researchgate.net/publication/322342097_SISTEMA_MOTIVACII_BANKIVSKOGO_PERSONALU_PROBLEMI_OCINKI_TA_UDOSKONALENNA

3. Офіційний сайт АТ «ОТП Банк». Про банк [Електронний ресурс]. URL : https://www.otpbank.com.ua/about/

УДК 336.719

Шкодіна І.В.
д.е.н., професор,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Єнгібарян М.А.
магістерка,
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ВПЛИВ COVID19 НА ВПРОВАДЖЕННЯ БІЗНЕСОМ ТЕХНОЛОГІЙ ІНДУСТРІЇ 4.0

Пандемія COVID-19 змінила ландшафт корпоративної інфраструктури, змусила працівників, клієнтів та бізнес-процеси адаптуватися до нової бізнес-моделі. Цифрова трансформація бізнесу стає важливим завданням та необхідною умовою для розвитку всього суспільства. Лідерами у впровадженні технологій Індустрії 4.0 виступає великий міжнародний бізнес та транснаціональні корпорації [4].

З лютого 2020 року весь світ став свідками швидкої адаптації до цифрового способу життя. За деякими оцінками, у 2020 році відсоток покупок в Інтернеті збільшився втричі, на 40% збільшився час потокових відео-розваг, а відеоконференції зросли більш ніж на 110%. Цифрові гіганти Netflix та Amazon збільшили капіталізацію на 70% та прибутки на 24% та 38% відповідно. Платформа відеоконференцій Zoom зафіксувала астрономічне зростання - з 10 мільйонів середньодобових користувачів у грудні 2019 року до понад 300 мільйонів роком пізніше.

Під час пандемії Covid-19 багато керівників компаній хотіли б більше використовувати цифрові технології Індустрії 4.0 у своїх бізнес-моделях, ніж до спалаху коронавірусу. Автоматизація виробництва знижує витрати протягом десятиліть, проте зараз компанії застосовують цифровізацію для покращення взаємодії з клієнтами та підвищення їх лояльності. Цифровізація допомагає компаніям покращити взаємодію зі своїми клієнтами, персоналізувати досвід клієнта, розширити можливості та допомогти клієнтам у виконанні загальних завдань та швидше вирішити питання клієнта [2].

Сьогодні цифрові технології Індустрії 4.0 активно використовують підприємства галузей, які традиційно не були цифровими. До 2023 року цифрові підприємства становитимуть більше половини світового валового внутрішнього продукту. Цей процес може стати успішним лише за умови постійної кооперації всіх зацікавлених сторін.

Основною бізнес-моделлю цифрової економіки стають технологічні платформи. Деякі автори використовують поняття цифрових платформ у значенні інформаційно-комунікаційного майданчика (хабів) для спілкування, обміну думками, ідеями. Вони розміщуються на веб-сайтах та

сприяють консультуванню всіх зацікавлених сторін у вирішенні бізнесових питань. Проте, говорячи про цифрові платформи слід розуміти, що вони є складними інформаційними системами, що забезпечують специфічний спосіб виконання бізнесових функції та відкриті для використання клієнтами, бізнес-партнерами та третіми особами, включаючи розробників додатків, мерчантів (програма для оплати послуг он-лайн) та агентів.

Аналіз цифрової трансформації глобального бізнесу свідчить, що в майбутньому бізнес стикнеться з наступними тенденціями. По перше, COVID-19 стимулюватиме нові потреби та очікування споживачів для всіх видів бізнес-моделей (B2B або B2C). Найбільші зміни вже помітні в роздрібній торгівлі, де сильно збільшились онлайн-продажі. 87% покупців бажають здійснювати покупки в магазинах, де є безконтактні або надійні способи самостійного замовлення. Опитування, проведене в США, показало, що понад дві третини споживачів зараз використовують он-лайн замовлення, безконтактне самообслуговування для оплати продуктів. Підприємства банківської справи, охорони здоров'я, вищої освіти та багатьох інших галузей також помітили значні зрушення у попиті на свої товари та послуги [1].

По-друге, враховуючи, що більшість організацій не мають технологічного бюджету великих технічних гігантів (Google, Netflix, Spotify), то підприємства можуть стикатись із браком кваліфікованої робочої сили. Технічні навички можуть стати більш доступними за допомогою віддаленої роботи, але отримання технічних знань у галузі безпеки чи архітектури залишається значним викликом при формуванні команд цифрової трансформації, оскілки в більшості галузей існують сотні технологічних продуктів та послуг із конкуруючими можливостями та заплутаною термінологією. Для усунення прогалин в технічній експертизі для більшості організацій можливо запропонувати наступні шляхи:

- пошук сторонніх експертів з цифрових технологій, особливо щодо цифрових практик та вибору платформ. Необхідні практики та навички повинні бути реалістичними та здійсненними для організації;
- розвиток партнерських відносин з постачальниками цифрових послуг для пришвидшення зусиль з модернізації додатків;
- спрямування інвестицій на меншу кількість цифрових проектів;
- використання практики DevOps (від англ. development і operations), які призначені для допомоги організаціям швидко створювати та оновлювати програмні продукти та послуги на основі взаємодії розробників із фахівцями інформаційно-технологічного обслуговування.

По-третє, при проведенні цифрової трансформації бізнесу, потрібно розуміти, що старі організаційні структури та стилі керівництва будуть заважати успіху цифрової трансформації. В умовах пандемії COVID-19 багато працівників стикаються з різними стресами вдома та в житті. В

результаті стрес поза роботою впливає на їх здатність зосереджуватись і продуктивно виконувати завдання. Крім того, ініціативи цифрової трансформації є успішними лише тоді, коли програми управління змінами дозволяють працівникам адаптуватися до нових технологій, змін робочого процесу та цифровим практикам [3].

Таким чином, сьогодні цифрова економіка та Індустрія 4.0 виступають ефективною основою розвитку сучасної економіки, бізнесу, соціальної сфери і всього суспільства. Це зробить застосування нових цифрових технологій 4.0 під час виробництва більш ефективним, покращить продуктивність та знизить вартість на індивідуальні продукти. У найближчому майбутньому саме ефективне використання нових цифрових технологій визначатиме міжнародну конкурентоспроможність як окремих компаній, так і цілих країн.

Список використаних джерел:

1. 87% Of Shoppers Prefer to Shop in Stores With Touchless or Robust Self-Checkout Options During COVID-19 Pandemic. URL: https://www.businesswire.com/news/home/20200407005086/en/87-Of-Shoppers-Prefer-to-Shop-in-Stores-With-Touchless-or-Robust-Self-Checkout-Options-During-COVID-19-Pandemic (Last accessed: 30.10.2021).

2. Beyond Cost Savings: Reinventing Business through Automation. URL: https://www.bain.com/ru/insights/beyond-cost-savings-reinventing-business-through-automation/ (Last accessed: 3.11.2021).

3. Top 3 digital transformation challenges and how to solve them. 09 Mar 2021. URL: https://searchcio.techtarget.com/tip/3-biggest-digital-transformation-challenges-and-how-to-solve-them (Last accessed: 30.10.2021).

4. Шкодіна І.В., Сердюк Т.В. Вплив COVID19 на впровадження міжнародним бізнесом цифрових технологій. *Бізнес Інформ.* 2020. №10. С. 227–232.

УДК 330.4

Яворська О.Г.
д.е.н., доцент,
професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ЯК ІНДЕНТИФІКАТОР БІЗНЕС-МОЖЛИВОСТЕЙ В КОРПОРАТИВНІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА

Глобальні економічні та фінансові кризи постають викликами для сучасного бізнесу, який намагається адекватно реагувати на дію таких та віднаходити нові власні стратегії розвитку у відповідь на швидкі перманентні зміни бізнес-середовища. Непередбачуваність ринкового попиту та висока конкуренція на ринку товарів та послуг змушують керівництво та менеджмент все активніше впроваджувати сучасні інтелектуальні системи [1-3].

Бізнес-аналітика *(Business Intelligence)* – це технологічні програми та методи моніторингу даних, збору, консолідації, систематизації, збереження, аналізу та візуалізації даних та інформації, власне складна аналітико-прогностична складова корпоративної інформаційної системи, однією з основних функцій постає підтримка менеджменту підприємства у прийнятті адекватних та вчасних стратегічних, тактичних та оперативних рішень. Таким чином, наше бачення ролі бізнес-аналітики стосується кілька рівнів організації підприємства як складної системи, що здатна забезпечити надійною інформаційною складовою керівний склад та менеджерів підприємства у вибудові бізнес-стратегії із зовнішнім соціально-економічним середовищем існування власне самого суб'єкта підприємницької діяльності; надати підтримку топ-менеджерам різних структурних відділів (фінансовому, маркетинговому і т.д.), а також стати основою для формування необхідних спеціальних навичок в операційних процедурах поточного аналізу ситуації, комунікації та ділової майстерності.

Власне цінність *Business Intelligence* полягає у можливості охоплення та аналізу величезних баз даних, що постає джерелом цінної інформації та корпоративних і ділових знань. Бізнес-аналітика може допомогти менеджерам прийняти найкращі рішення, візуалізувавши як поточні, так і більш давні дані в єдиному, так званому, бізнес-контексті [3-5].

Ефективна система *Business Intelligence* на сьогодні визнана найефективнішим інструментом щодо ідентифікації ключових організаційних моделей і тенденцій, зокрема згідно аналізу продуктивності та показників конкурентоздатності суб'єкта підприємницької діяльності,

підвищенні його бізнес-ефективності шляхом представлення, унаочнення та візуалізації цінних даних ("солоденьких місць") з необмеженої практично кількості неструктурованих даних, перетворюючи останні на корисний діловий інтелектуальний капітал підприємства [6].

Таким чином, саме вищеозначена цінна та корисна ділова інформація як складова корпоративного інтелектуального капіталу нами також визначається як важливий ідентифікатор бізнес-можливостей в сучасній корпоративній інформаційній системі підприємства, що унаочнюється в процесі певної модуляції інформаційної складової певного бізнесу, оскільки має оцінково-прогностичний характер.

Список використаної літератури:

1. Darapureddy N.S.S. Business intelligence. *Bodhi International Journal of Research in Humanities, Arts and Science. 2021*. - Vol. 5. - № 2. - P. 87-92.
2. Dinesh D. Business intelligence. Feb. 2021. https://www.researchgate.net/publication/349533351_BUSINESS_INTELLIGENCE (10/11/21).
3. Ferreira A., Alves N., Morgon S., Santos S. Business intelligence. *SITEFA - Simpósio de Tecnologia da Fatec Sertãozinho.* 2021. DOI: 3. 268-274. 10.33635/sitefa.v3i1.113 (10/11/21).
4. Kakkad R. Business intelligence. February 2020. https://www.researchgate.net/publication/338965291_BUSINESS_INTELLIGENCE (10/11/21).
5. Skyrius R. Business Intelligence Technologies. *Business Intelligence.* 2020. DOI: 10.1007/978-3-030-67032-0_7. https://www.researchgate.net/publication/349890983_Business_Intelligence_Technologies (10/11/21).
6. Яворська О.Г. Проблема оцінювання інтелектуального капіталу: причини та підходи до вирішення. *Галицький економічний вісник*. 2020. - Т. 64. - № 3. - С. 68-77.

РОЗДІЛ 2.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

УДК 33.657.336.2

Бакаляр Д.Г.
аспірант,
аспірант кафедри фінансів та обліку
Харківського державного біотехнологічного університету

УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМИ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Найважливішою складовою частиною економічної безпеки є податкова безпека, що передбачає реалізацію законодавчо-затверджених норм і правил оподаткування, податкового планування та прогнозу, а також контролю за дотриманням податкового законодавства. Можемо зробити висновок, що податкова безпека підприємства – це податкова оптимізація з управління податковими ризиками, яка розглядається з позиції правового і економічного аспектів.

Ефективне управління податковими ризиками в існуючих реаліях є актуальним процесом, оскільки сприяє зменшенню сум донарахованих податків і санкцій за результатами перевірок, які можуть суттєво вплинути на фінансову стабільність і поточну ліквідність економічного суб'єкту. «Податковий ризик, як і економічний ризик, доцільно визначати як вартісний вимір результатів діяльності людського капіталу в умовах невизначеності та недосконалості інформаційного забезпечення. Основою невизначеності в системі керування податковими ризиками є невизначеність і недостовірність інформації, під впливом яких виникають порушення у фінансових потоках»[1, с. 71].

Як показують проведені дослідження через опитування керівників і менеджерів вищої ланки, щодо зовнішніх факторів, які вони вважають основними у виникненні податкових ризиків, то це – досить часта трансформація податкового законодавства і судової практики (відповіло 76 % респондентів), що призводить до зміни правил відображення податкових зобов'язань у фінансовій звітності. Основними внутрішніми факторами, які здійснюють вплив на ризик, респондентами були визначені: не достатній професійний рівень співробітників щодо навичок проведення податкового планування та оцінки ризиків (40%); нестача персоналу, який, взагалі, здійснює внутрішній податковий контроль (30%); відсутність безперервного моніторингу податкових наслідків значущих операцій організації (25 %).

Виникнення податкових ризиків є логічною складовою господарської діяльності кожного суб'єкту господарювання, що здійснює вплив, взагалі, на систему управління підприємством. Тому пропонуємо трансформувати функції системи управління відповідно до організації податкової безпеки на підприємстві через доповнення її такими важливими

функціями як, превентивний моніторинг, правова оцінка, обліково-аналітичний контроль, прогресивна мотивація, організація бізнес-процесів, податкове планування, оцінка податкових ризиків (Рис. 1).

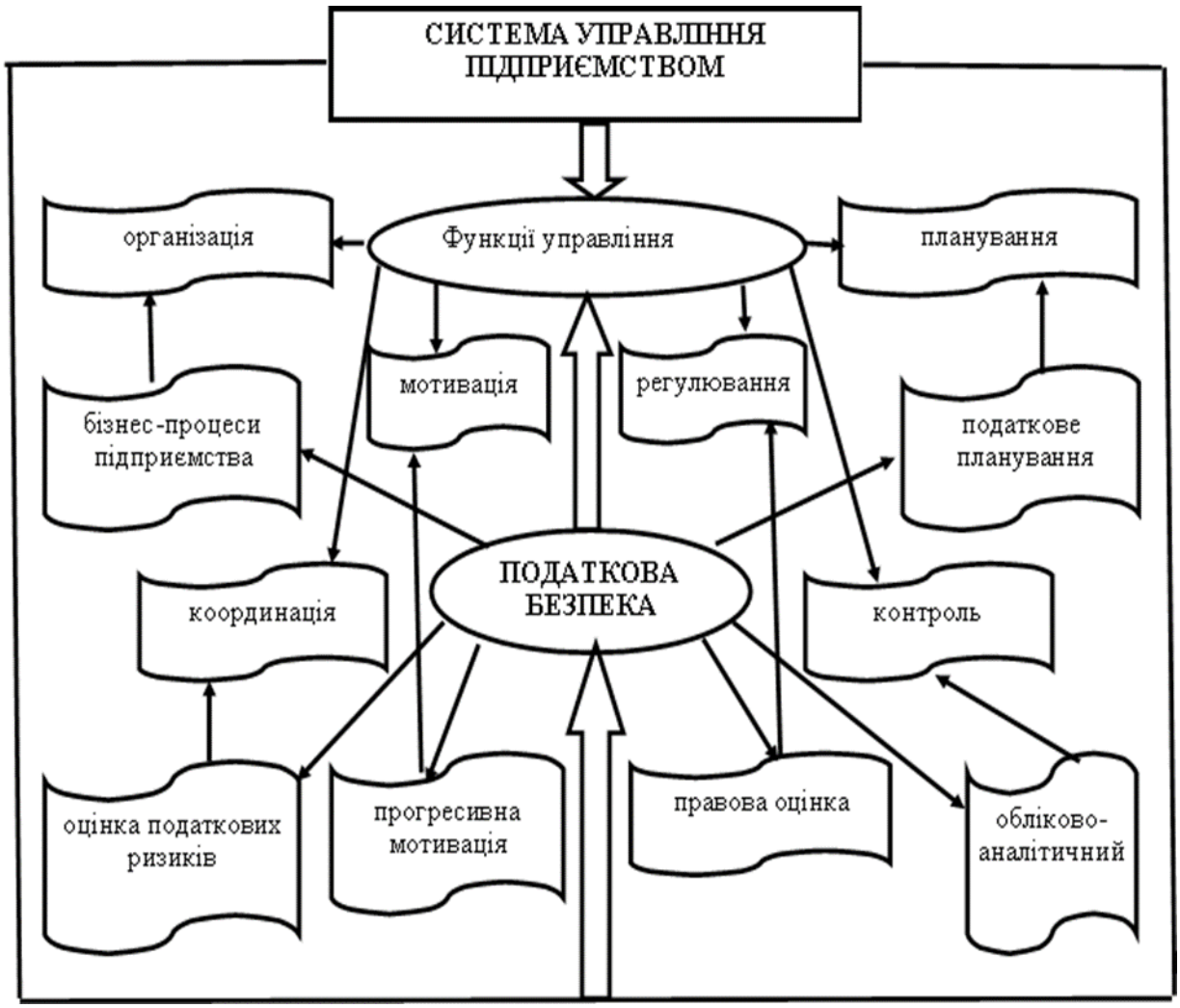


Рис. 1. Модель взаємозв'язку основних функцій управління підприємством з функціями управління податковою безпекою

Так, превентивний моніторинг, з одного боку, полягає в тому, що на підприємстві створюються різні варіанти захисту від негативних наслідків податкового ризику. Наприклад, це розробка податкової стратегії, залучення зовнішніх податкових консультантів, створення служби внутрішнього контролю, діяльність якого спрямована на попередження ризиків, що виникають, в, тому числі, й податкових. Правова оцінка – направлена на вивчення нюансів правового середовища для функціонування господарських суб'єктів з максимальним фінансовим ефектом. З практичної точки зору дана захисна функція проявляється у впевненості власників під час ведення бізнесу. Обліково-аналітичний контроль податкового ризику проявляється в тому, що власник, обираючи порядок організації обліку, моделює таку систему контролю, яка дозволяє

виявити і проаналізувати загрози і ризики безперервності діяльності суб'єкту господарювання, пов'язані з системою податкового адміністрування. Ґрунтовні напрацювання в галузі податкової ризикології належать В. В. Вітлінському та О. М. Тимченко [2, С. 133–136].

Прогресивна мотивація управління податковим ризиком проявляється у стимулюванні пошуку нестандартних рішень з оптимізації системи податкового планування і прогнозування для отримання максимального фінансового результату. Таким чином, логічним є вважати, що податковий менеджмент, будучи системою управління податковою безпекою, виконує наступні функції: формування стратегічної та оперативної податкової політики; внутрішнього контролю обліково-податкової системи економічного суб'єкту; прогнозування та податкового планування.

Якщо говорити про недостатність навичок проведення податкового планування та оцінки ризиків, більшість підприємств розглядають податковий ризик тільки як ризик пред'явлення податкових претензій, донарахування штрафів і пені, але при цьому великі міжнародні корпорації мають на увазі також ризик неефективності оподаткування, тобто – ризик переплати податкових зобов'язань. Така концептуальна відмінність є досить суттєвою, оскільки більш широке сприйняття суті та значущості податкового ризику створює додаткові передумови для впровадження в практику діяльності підприємства повноцінної системи внутрішнього контролю, яка дозволяє не тільки зменшити донарахування податкових платежів, а й отримати оптимальний для даного економічного суб'єкта рівень податкових витрат.

Отже, у рамках досліджуваного наукового завдання об'єктом діагностики є саме податкові витрати і бізнес-процеси підприємства, пов'язані з системою оподаткування, а суб'єктами – зовнішні і внутрішні аудитори, що діють згідно із затвердженим планом, спрямованим на зменшення податкових ризиків.

Список літератури

1. Євтушенко Н. О. Податкові ризики та система керування ними. Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Менеджмент інновацій. Випуск 6. 2016. С. 71 – 77.

2. Вітлінський В. В., Тимченко О. М. Джерела і види податкових изиків, їх заємозв'язок. Фінанси України. 2007. № 3.С. 132–139

УДК 657.2

Бєляєва Л. А.
к.е.н., доцент кафедри Обліку та оподаткування
Калиниченко О.
здобувач вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ АМОРТИЗАЦІЇ (ЗНОСУ) ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Важливою складовою фінансової діяльності суб'єкта господарювання є амортизаційна політика. Під час здійснення амортизаційних відрахувань всі підприємства діють за визначеними у державі методами, принципами і нормами. Для забезпечення ефективного та доцільного використання одного з визначених методів нарахування амортизації основних засобів, підприємству необхідно враховувати специфіку своєї діяльності та зробити доречний, найбільш ефективний вибір методу.

Для суб'єктів господарювання амортизаційні відрахування є одним головних джерел інвестицій і часткового поповнення обігових коштів. Мається на увазі не просто відтворення наявних основних засобів, а регулярна зміна їх основної, активної частини. Під активною частиною розуміється базове технологічне обладнання, що врешті решт має вагомий вплив та визначає витрати виробництва й конкурентоспроможність продукції. У більшості підприємств за кордоном частка на амортизацію складає 60–70% інвестицій в основному капіталі. В Україні роль амортизації нині різко ослаблена. Така тенденція пов'язана з високими нормативними термінами використання основних засобів, нестабільною економічною ситуацією в державі, що викликає невпевненість підприємців у доцільності інвестування коштів.

Загалом під терміном амортизація розуміють процес відшкодування вартості основних засобів з початку їх використання до моменту закінчення терміну використання об'єкта. Нарахування та відображення в обліку амортизації здійснюється відповідно до П(с)БО 7 «Основні засоби» [1]. В ньому чітко визначені методи, якими можна здійснювати нарахування амортизації, а Податковим кодексом передбачені строки корисного використання об'єктів основних засобів відповідних груп.

Основними методами нарахування амортизації, які підприємство може використовувати для забезпечення відтворення основних засобів визначені наступні п'ять: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, кумулятивний, прискореного зменшення залишкової вартості, виробничий. Кожний з цих методів використовується в залежності від специфіки

використання необоротних активів, терміну експлуатації об'єкта та особливостей діяльності того чи іншого суб'єкта господарювання. Підприємство самостійно обирає найефективніший з методів амортизації основних засобів, передбачених у П(С)БО 7 «Основні засоби» про що зазначає в наказі Про облікову політику.

Кожна група засобів має визначений мінімальний термін корисного використання, передбачений Податковим кодексом, який залежить від технічних характеристик властивих певному об'єкту. На практиці фактичні строки встановлюються на підприємствах. Значну увагу в даному питанні відіграють не лише професійні навички бухгалтера, а й накопичений досвід роботи з тими чи іншими об'єктами основних засобів. Існує ряд факторів, які впливають на термін корисного використання основних засобів, а саме:

– моральний знос (пов'язаний з досягненнями в науці та техніці);

– фізичний знос (зумовлений втратою вартості та технічних характеристик властивих даному об'єкту);

– плив правових та різного роду економічних факторів [2].

У наш час в Україні утворилася несприятлива ситуація щодо забезпеченості та ефективності використання основних засобів. Перш за все, це пов'язано з високим ступенем зношеності виробничих засобів, що обумовлює велику необхідність у заміні та поліпшенні існуючого парку засобів виробництва (табл. 1).

Таблиця 1

Вартість основних засобів підприємств України за 2015-19 роки, млн. грн

Роки	**Первісна вартість**	**Залишкова вартість**	**Ступінь зносу, %**
2015	9 148 017	2 135 987	76,7
2016	10 401 324	2 356 962	77,3
2017	13 752 117	2 274 922	83,5
2018	7 641 357	3 047 839	60,1
2019	8 177 408	3 428 908	58,1

Джерело: [3]

Здійснивши аналіз основних засобів вітчизняних підприємств за 2015-2019 роки можна помітити, що показник ступеня зносу збільшувався до 2017 року, що є негативним чинником у діяльності підприємств, проте вже протягом 2018-2019 років зменшується. Через значне зношення основних засобів посилюється технічна та технологічна відсталість підприємств. Відтворення основних засобів на підприємствах може відбуватися за рахунок капітальних інвестицій, які будуть спрямовані на створення, придбання, відновлення та поліпшення основних засобів.

Для розрахунку амортизації передбачена нормативною базою форма

03-14 «Розрахунок амортизації основних засобів» для промислових підприємств, яка була затверджена ще у 1995 році. У цій формі відображаються такі показники, як назва та інвентарний номер об'єкта, залишкова та амортизована вартість на початок і кінець місяця, ставка амортизації, термін використання об'єкта, величина змін амортизаційних відрахувань та інше але вони пристосовані тільки для одного методу. У 2005 році розробник типових форм Держкомстат вважав використання її не обов'язковим і не наполягав на їх застосуванні. На сьогодні, з 22.10.21 року, Держкомстат скасував свої накази, передав повноваження щодо формування первинних документів безпосередньо бухгалтерам [4]. На практиці здійснення нарахування амортизації відображають у спеціальних відомостях, розроблених бухгалтерами, які і є основними документами що підтверджують та фіксують результати нарахування амортизації, залежно від обраного методу їх форма та показники відрізняються.

Отже, амортизація є систематичним розподілом амортизованої вартості необоротних активів протягом терміну їх експлуатації. Механізм нарахування амортизації в бухгалтерському обліку надає можливість суб'єктам господарювання удосконалювати процес оновлення необоротних активів, що в свою чергу, має вагомий вплив на поліпшення результатів їх економічної та інвестиційної діяльності. Загалом визначено п'ять методів нарахування амортизації. Кожний з методів обирається підприємством самостійно відповідно до специфіки його діяльності. З введенням в дію Податкового кодексу і з переходом України на міжнародні стандарти обліку, затверджені форми первинного обліку втратили своє значення. В даний час розрахунок амортизації основних засобів здійснюють за самостійно розробленими формами, відповідно до обраного методу нарахування амортизації, про що зазначається в Наказі про облікову політику підприємства.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ МФУ від 27.04.2000 р. № 92. URL: http://surl.li/sigj

2. Кучер В. В. Проблеми класифікації зносу активів: екологічний та соціальний аспекти. Житомирський державний технологічний університет. 2016. 1–2 с. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/34-1.pdf

3. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Державна служба статистики України. 2020. URL: http://surl.li/aquxf

4. Про скасування та визнання такими, що втратили чинність, деяких наказів Державної служби статистики України: Наказ Державної служби статистики України від 22.10.2021 р. № 266. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0266832-21#Text

УДК 657.2

Бєляєва Л.
к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Карпішина А.
здобувач вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

СУЧАСНИЙ СТАН ЗАБОРГОВАНОСТІ З ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ

Оплата праці є однією з найголовніших категорій у діяльності будь-якого підприємства. Ефективно налагоджена система виплати заробітної плати позитивно впливає на розвиток всієї діяльності. Найголовнішою проблемою вітчизняних підприємств наразі є великі обсяги заборгованості з оплати праці, яка виникає через недостатні обсяги прибутку або присвоєння його власником, недостатність фінансування, малу кількість каналів збуту, високу собівартість продукції, тощо. Проблеми заборгованості з оплати праці відіграють ключову роль на рівні окремого підприємства та економіки України загалом, що є актуальним на сьогодні.

Розміри середньої та мінімальної заробітної плати є індикаторами, які визначають загальний життєвий рівень населення. Так як заробітна плата є основним доходом для багатьох працівників, її невиплата постає гострою проблемою, можна сказати, що Україна знаходиться у доволі плачевному стані. Через активне зростання кількості заборгованості дана тема потребує великої уваги з боку уряду.

Заробітна плата, як соціально-економічна категорія, є основою добробуту населення країни. З іншого боку, при грамотній організації процесу нарахування вона стимулює працівників до високоефективної праці і, як наслідок, впливає на темпи соціально-економічного розвитку держави. Важливість ролі заробітної плати як у житті громадян, так і у діяльності підприємств зумовлена великою кількістю функцій, які виконує заробітна плата. До функцій заробітної плати можна віднести: відтворювальну (забезпечення працівників матеріальними благами), стимулюючу (підштовхує працівників працювати краще), оптимізаційну (зв’язок обсягів зарплати і реалізованої продукції), вимірювально-розподільчу (вимірювання обсягу живої праці при розподілі фондів споживання між працівниками та власниками), регулювальну (регулювання вартості робочої сили на ринку праці), тощо [1]. Як вже було зазначено, проблема затримки та невиплати заробітної плати досі дуже актуальна в Україні. Основними причинами накопичення заборгованості з виплати заробітної плати в Україні є скорочення виробничого сектору, в тому числі внаслідок воєнних дій в зоні АТО, недосконалість державного

регулювання та законодавчих актів, неактуальність сучасної системи праці і затягування реформ у сфері труда. Розглянемо наявний стан заборгованостей підприємств з оплати праці на рисунку 1.

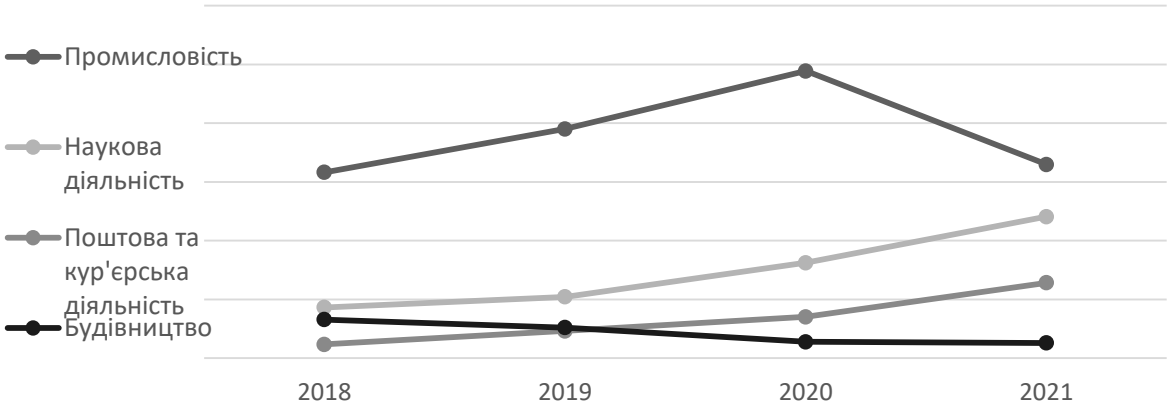


Рис. 1. Динаміка обсягів заборгованості з виплати заробітної плати працівникам за видами економічної діяльності, млрд. грн.

Джерело: [2]

Як видно з діаграми, найбільші обсяги заборгованостей має сектор промисловості. Розглядаючи загальну суму заборгованості підприємств України, можна сказати, що заборгованість все більше зростає.

Для того, щоб побудувати майбутню тенденцію заборгованостей по заробітній платі слід розглянути більш широкий період статистики. На рисунку 2 зображено зростання обсягу заборгованостей в період з 2013 року. Як видно з діаграми, впродовж 2014 року відбувся різкий ривок до збільшення заборгованості. Причинами такого збільшення можуть бути військові події на Східній Україні, що спричинило різку зупинку усіх виробництв. Уповільнення виробничих процесів призвело до зменшення кількості реалізованої продукції, відповідно, зменшився прибуток. Через це власники підприємств не мали можливостей виплачувати заробітну плату працівникам вчасно.

Надалі ситуація трохи стабілізувалась, проте з 2017 року знов почалось активне зростання. Судячи з наявних показників, обсяги заборгованості по заробітній платі й надалі будуть зростати. Задля боротьби з великими заборгованостями підприємства віддають перевагу заощаджуванні на собівартості продукції, що виробляють. Проте задля підтримки дохідності діяльності і, одночасно, для зменшення витрат на виробництво слід регулярно проводити детальний аналіз складових витрат та їх розміри.

В розрізі великої країни, способом вирішення даної проблеми може стати збільшення адміністративної, фінансової та кримінальної відповідальності роботодавців за затримку заробітної плати; урегулювання питання захисту працівників у разі неплатоспроможності підприємства,

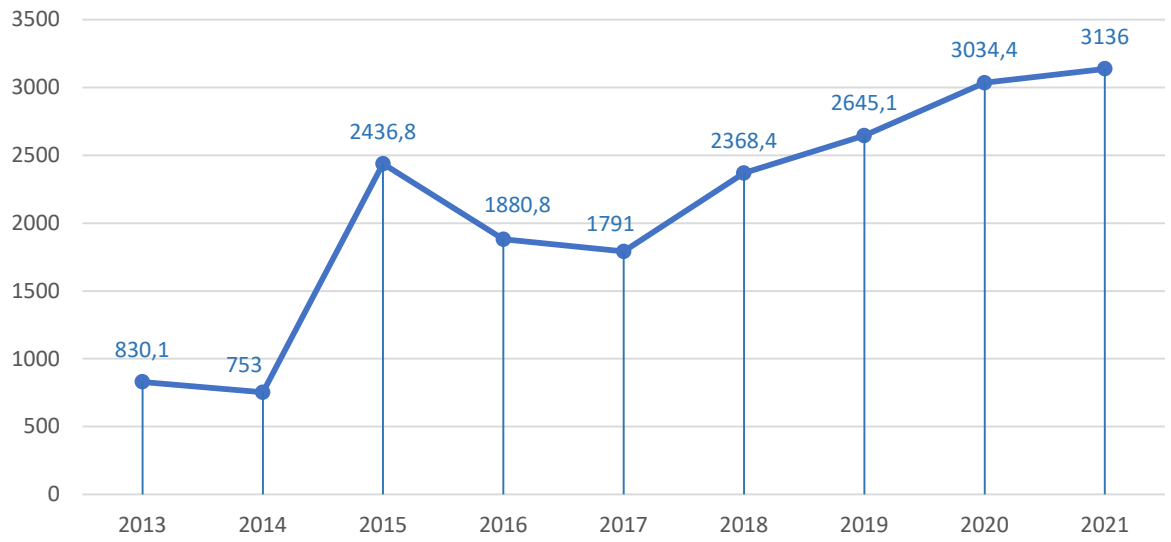


Рис. 2. Сума заборгованості з виплати заробітної плати по країні у 2013-2021 (3 квартали) роках, млрд. грн.

Джерело: [3]

застосування практики заборони (відстрочки) стягнення з працівника плати за комунальні послуги, а також податків або інших обов'язкових утримань, тощо [4].

Як видно з проведеного дослідження, заробітна плата займає одне з найважливіших місць в функціонуванні підприємства вцілому. Вона слугує стимулом для працівників, а також є частиною загальної організаційної системи підприємства. За результатами проведеного аналізу та розгляду головних проблем, можна сказати, що наразі в Україні спостерігається активне збільшення заборгованостей підприємств з оплати праці, що негативно впливає на штат робітників, рентабельність виробництва, процент заборгованостей підприємства тощо. У кінцевому результаті зростаюча тенденція матиме вагомі негативні наслідки, що відобразяться на економіці України.

Література

1. Качан Є. П. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. : Тернопільський державний економічний університет, 2006. – 374 с. URL: https://inlnk.ru/AKolO

2. Заборгованість із виплати заробітної плати (за видами економічної діяльності). Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: https://inlnk.ru/goPjQ

3. Оплата праці та соціально-трудові відносини. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: https://inlnk.ru/pog9Q

4. Коломієць О.О., Яценко Л. Д. Шляхи розв'язання проблеми заборгованості з виплати заробітної плати в Україні : Національний інститут стратегічних досліджень, 2018. URL: https://inlnk.ru/kXvpz

УДК 657

Бердікабулов Ш.
студент кафедри бізнес-аналітики,
обліку і готельно-ресторанної справи
Національний технічний інверситет «Харківський політехнічний інститут»

Єршова Н. Ю.
д.е.н., професор, профессор кафедри бізнес-аналітики,
обліку і готельно-ресторанної справи
Національний технічний інверситет «Харківський політехнічний інститут»

ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ В ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОМУ МЕХАНІЗМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Забезпечення ефективності діяльності економічних суб'єктів в умовах глобалізації економічних процесів потребує якісної облікової інформації. Це підтверджується не тільки значною роллю, яку відіграє облікова інформація при прийнятті управлінських рішень, але й увагою науковців та практиків до даної проблеми. Так питаннями підвищення якості управління бізнесом в умовах цифрової економіки присвячені праці вітчизняних науковців: Грінько А.П., Гринько П.Л., Єршова Н.Ю., Кондратьєв Б.О. та ін. [1-5]. Обліково-аналітичній роботі у діяльності економічних суб'єктів в умовах глобалізації економічних процесів визначено пріоритетне місце. Як зазначають вчені, це обумовлено об'єктивною необхідністю [3, 4], оскільки ефективна організована обліково-аналітична робота дозволяє не тільки сформувати інформацію про об'єкти обліку та аналізу, але є одним з визначальних елементів в механізмі забезпечення ефективності діяльності.

Ми беремо до уваги науково обґрунтовані думки вчених, що формування облікової інформації забезпечується методологією обліку і дає можливість формувати облікові та аналітичні дані про об'єкти обліку з метою ефективного управління діяльністю економічних суб'єктів в умовах глобалізації економічних процесів.

Теоретичні аспекти формування облікової інформації для прийняття рішень в системі управління діяльністю економічних суб'єктів активно дискутуються вченими та фахівцями [3-5]. Аналізуючи дослідження щодо елементів та інструментів механізму забезпечення ефективності діяльності економічних суб'єктів в умовах глобалізації економічних процесів, нами виявлено відсутність єдиної позиції. Це зумовлено достатньою кількістю

об'єктів обліку, а також різними теоретичними підходами до побудови обліково-аналітичної роботи.

За визначенням А.П. Грінько, поняття «забезпечення» є обов'язковою умовою діяльності економічного суб'єкта, що полягає у створенні умов для здійснення процесу фінансово-господарської діяльності. Кондратьєв Б.О., Єршова Н.Ю. зазначають, що забезпечення може розглядатися з позицій матеріально-технічного забезпечення та забезпечення функцій управління [3, 4]. Забезпечення функцій управління вміщує: 1) облік, аналіз, планування та контроль ; 2) різні види обліку (фінансовий, управлінський, статистичний); 3) обліково-аналітична робота є обов'язковим елементом загального процесу управління фінансово-господарської діяльності, яка формується в рамках облікового забезпечення.

Обліково-аналітичний механізм забезпечення ефективності діяльності економічних суб’єктів має включати базові елементи (що забезпечують практичну значимість), якими на нашу думку є: 1) елементи регулювання фінансово-господарської діяльності (нормативно – правове регулювання фінансово-господарської діяльності); 2) елементи інформаційного забезпечення, що забезпечує процес безперервного підбору відповідних інформаційних показників; 3) елементи різних видів обліку, якими є фінансовий, управлінський, податковий облік, статистичний облік та трансформація облікових даних у різні види звітності; 4) елементи різних методів аналізу та оцінки стану підприємства з метою виявлення резервів; 5) елементи методів фінансового планування (бюджетування), з метою коригування та прогнозування підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності та визначення перспектив стратегічного розвитку. Дієвість перелічених елементів обліково-аналітичного механізму забезпечує інтеграційний процес. Тому, пропонуємо визначати обліково-аналітичне забезпечення як інтегрований інноваційний продукт, який має наскрізний уніфікований характер, що повинен відповідати потребам користувачів.

Список літератури:

1. Гринько П.Л. Методологія управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами / П.Л. Гринько; Харківський держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків, 2020. 40 с.

2. Єршова Н. Ю. Розвиток бухгалтерського обліку в умовах переходу до цифрової економіки. Вісник Національного технічного університету" Харківський політехнічний інститут"(економічні науки). 2020. №2. С. 75-80. http://es.khpi.edu.ua/article/view/2519-4461.2020.2.75

3. Кондратьєв Б.О., Єршова Н.Ю. Інформаційне забезпечення управління діяльністю підприємства: теоретичні та практичні аспекти

удосконалення http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48071/1/Kondratiev_Informatsiine_zabezpechennia_2020.pdf

4. Єршова Н.Ю. Облікова система в контексті управління сучасним підприємством. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. № 52. С. 49–55.

5. Hrynko P., Grinko A. Methodological Approaches to Modeling Information Architecture of the Organization in the Conditions of Digital Economy (January 31, 2020). EUREKA: Social and Humanities, 1(1), 27-34.

УДК 339.3

Бестужева С.В.
к.е.н., доцент, доцент кафеди
міжнародної економіки і менеджменту
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
Нікітченко Є.А.
студентка 2 року навчання
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ІНОЗЕМНИМИ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИМИ МЕРЕЖАМИ

На сьогоднішній день важливу роль у розвитку України, а саме у соціально-економічному аспекті, відіграють торгові мережі. Вони є незалежними суб'єктами господарювання і мають більше переваг, оскільки здатні ефективніше функціонувати в умовах глобалізації та жорсткої конкуренції.

Виділяють декілька форм дизайну мережевих структур. Найпоширенішими у торгівлі і є дистриб'юторські мережі. Тому, дистриб'ютор – це від англ. distribution – розподіл [1]. Такі мережі засновані на висновку тривалих контрактів фірм-виробників з незалежними посередниками на оптову закупівлю товару і його збут безпосереднім споживачам, дрібним роздрібним торговим організаціям або через свою агентську мережу.

З переходом до ринкової економіки в сфері обігу виникають якісно нові формування, покликані забезпечувати доведення товарів від їх виробників до кінцевих споживачів. У сучасних умовах виробники вже не займаються доведенням виготовленої продукції до споживачів власними силами, а створюють досить складні організаційно-економічні та технологічно-транспортні системи дистрибуції товарів. Проблеми формування систем дистрибуції товарів стали предметом наукового пошуку та дискусій з початком переходу вітчизняної економіки на ринкові засади господарювання, коли перед багатьма товаровиробниками постали питання неналежного рівня ефективності традиційних систем збуту продукції і необхідності використання зарубіжного досвіду, що передбачав застосування у збутовій діяльності принципів та інструментарію маркетингу та логістики (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз понять «дистриб’юторської мережі»

№	Автор	Визначення
1	Балабанова Л. В.	Дистриб'юторська мережа (дистриб'ютор – від англ. distribution – розподіл) заснована на висновку тривалих контрактів фірм-виробників з незалежними посередниками на оптову закупівлю товару і його збут безпосереднім споживачам, дрібним роздрібним торговим організаціям або через свою агентську мережу [2].
2	Лігоненко Л. О.	Дистриб’юторська мережа – це сукупність договорів, в яких дистриб’ютор отримує товар у принципала у власність, сплачуючи при цьому тільки його вартість, і на цьому грошові зобов’язання між ними закінчуються. Утім ці відносини не є відносинами купівлі-продажу або поставки. Як для принципала, так і для дистриб’ютора цим взаємні зобов’язання не обмежуються [3].
3	Павлова А. М.	Дистриб’юторська діяльність – це не просто метод збуту товару, а спосіб для його просування на новому ринку.
4	Апопій В. В.	Дистрибуція – це просування товарів до кінцевого споживача із залученням дистриб’юторів та дилерів на основі єдиної маркетингової й технологічної політики, виробленої постачальником.
5	Крикавський Є. В.	Ототожнення категорії дистрибуції з категорією збуту є справедливим «...лише за умови, коли для виробника дистрибуція обмежується першою ланкою – безпосереднім споживачем» [4]. Вважає основною ознакою дистрибуції – єдину маркетингову і технологічну політику, що визначаються стратегією діяльності на ринку певного товаровиробника, який організовує власну систему з метою використання потенціалу підприємства, стійкого фінансового стану та платоспроможності й завоювання авторитету серед конкурентів [4].
6	Герцик В. А.	Дистрибуція – це підсистема, в якій передбачається формування каналів розподілу і «тактична» частина циклу, в якій передбачаються організація реального руху товарів і контроль [2].

Попри широке вживання термінів «дистрибуція», «дистриб’ютор», у вітчизняних літературних джерелах [2] відсутнє єдине тлумачення дефініції «система дистрибуції», «дистриб’юторська мережа». На наш погляд, під системою дистрибуції потрібно розуміти сукупність економічних відносин між виробником готової продукції та посередниками, які на договірних засадах спільно здійснюють маркетингову, комерційну, логістичну діяльність з просування продукції до кінцевого споживача.

Слід представити переваги та недоліки методичних підходів щодо визначення ефективності дистриб’юторської мережі в діяльності підприємства (табл. 2) [6, с. 82-90].

Таблиця 2

Методичні підходи щодо визначення ефективності дистриб'юторської мережі в діяльності підприємства

Підхід	Сутність методу та особливості процесу здійснення оцінки	Недоліки методу
Цільовий	Ефективність управління дистриб'юторською мережею визначається мірою досягнення поставленої мети – частки ринку, плану збуту тощо. Враховується суб'єктивність постановки цілей та взаємозв'язок між ними.	Характерна вибірковість застосування методу, так як не всі стратегічні цілі можуть бути чітко сформульовані та мати уставлену процедуру оцінки ступеня їх досягнення.
Ресурсний	Розраховується інтегральний показник оцінки стратегічного потенціалу підприємства, що включає значення різних ресурсних елементів потенціалу з урахуванням їх вагових характеристик.	Складно встановити взаємозв'язок між результативністю використання окремої складової потенціалу підприємства та витратами на її функціонування
Результативний	Визначаються кількісні показники діяльності підприємства, що можуть корегуватися на величину зміни попиту чи інтенсивності конкуренції на ринку.	Статичність здійснення оцінки. Недоцільний при використанні підприємствами з диференційованими стратегіями та на різних стадіях життєвого циклу продукту.

Отже, розвиток дистриб'юторських мереж є особливо важливим для активізації імпортної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання у контексті європейського напряму зовнішньоекономічного розвитку України у цілому.

Література:

1. Большой энциклопедический словарь; под. ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. и перераб. Москва : Институт новой экономики, 1999. 1248 с.
2. Герцик В. А. Управління розподілом продукції підприємства: монографія. Луганськ: СНУ, 2011. 239 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навчальний посібник; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. Київ : Освіта України, 2012. 272 с.
4. Крикавський, Є. В. , Чухрай Н. І. Промисловий маркетинг. Львів : Літопис, 2001. 336 с.
5. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки . Тернопіль, 2017. 137 с.
6. Шталь Т. В., Писаренко В. В., Гуржій Н. Г. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект : монографія. Харків : Видавництво «Лідер», 2017. 230 с.

УДК 657

Вареник В.М.
к.е.н., доцент, доцент
кафедри інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університет імені Альфреда Нобеля

BAS: ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВІДМІННОСТІ ВІД 1С

Більшість підприємств різних галузей для управління підприємством використовують платформу 1С:Підприємство. “1С: Підприємство” – популярна, надійна і відома платформа. Понад 700 000 користувачів обрали “1С”. Система програм “1С: Підприємство” надає широкі можливості ведення автоматизованого обліку на підприємствах, в організаціях і установах [1,2]. Вона дозволяє організувати ефективний бухгалтерський, кадровий, оперативний торговий, складський і виробничий облік, а також розрахунок заробітної плати. “1С: Підприємство” являє собою систему прикладних рішень, побудованих за єдиними принципами та на єдиній технологічній платформі. [2]

Останнім часом відбувається активне просування продуктів лінійки BAS. Більшість підприємств розуміють, що платформа 1С:Підприємство не є досконалою і пропонують керівництву переходити на використання програмного рішення Business Automation Software (BAS). Лінійка BAS вже частково замінює продукти 1С. Так, BAS Управління торгівлею замінило 1С Управління торгівлею, аналогічно BAS роздріб прийшов на зміну 1С роздріб. Нещодавно вийшов новий продукт BAS Бухгалтерія, який надалі орієнтований на заміну 1С Бухгалтерії 2.0 (не кажучи вже про Бухгалтерію 1.2, яка знята вже з підтримки).

Business Automation Software (BAS) - це програмні рішення для створення комплексних систем автоматизації бізнесу і полегшення роботи бухгалтера. Програма дозволяє вести облік, реєструвати податкові накладні та складати звіти в одній системі, що дає можливість вести облік легко.

Більш детально розберемося у відмінностях платформ 1С:Підприємство і BAS, дослідимо їх недоліки та переваги, порівняємо функціонал і можливості, що надають дані платформи для автоматизації діяльності підприємства.

Сьогодні підприємства, що надають послугу з впровадження та обслуговування платформ пропонують декілька варіантів рішень: для корпоративного ринку, для масового ринку, галузеві рішення.

Для корпоративного ринку пропонується три варіанти рішень, а саме: BAS ERP, BAS Документообіг КОРП, BAS Управління холдингом [3].

Для масового ринку пропонується шість варіантів рішень, а саме: BAS Бухгалтерія, BAS Бухгалтерія КОРП, BAS Комплексне управління підприємством, BAS Управління торгівлею, BAS Роздрібна торгівля, BAS Малий бізнес [3].

Для автоматизації галузевих рішень пропонується 12 варіантів: BAS Громадське харчування, BAS Управління автотранспортом Стандарт, BAS Медицина, BAS Облік в ОСББ та керуючих компаніях, BAS АГРО. Бухгалтерія, BAS АГРО. Бухгалтерія елеватора, млина і комбікормового заводу, BAS АГРО. ERP, BAS Будівництво. ERP, BAS Будівництво. Бухгалтерія, BAS Будівництво. Керування фінансами, BAS Комплексне управління паливним підприємством, BAS. Модуль обліку акцизного палива [3].

Для автоматизації бухгалтерського обліку підприємств стандартним рішенням є використання BAS Бухгалтерія, що є готовим інструментом для вирішення всіх завдань, що стоять перед бухгалтерською службою підприємства, якщо бухгалтерська служба повністю відповідає за облік на підприємстві, включаючи, наприклад, виписку первинних документів, облік продажів тощо. Також є можливість використовувати це рішення для ведення бухгалтерського та податкового обліку, а завдання автоматизації інших служб, наприклад, відділу продажів, вирішувати спеціалізованими конфігураціями або іншими системами.

Результати порівняння можливостей BAS Бухгалтерії та 1С:Підприємство бухгалтерія представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця програм "Бухгалтерія" BAS та 1С:Підприємство

Опції і можливості	BAS Бухгалтерія	1С:Підприємство Бухгалтерія
Автоматизація податкового та бухгалтерського обліку	+	+
Організація інших служб	+	+
Використання тільки для бухгалтерії	+	+
Діяльність згідно з чинним законодавством	+	+
Автоматизація декількох підприємств	+	+
База даних, що відповідає початковим документам	+	+
Моніторинг і контроль товарів на складі	+	+
Облік МТО	+	+
Оформлення необхідної документації при надходженні товару, його продажу та наданні послуг	+	+
Проведення розрахунків з контрагентами	+	+
Управління виробництвом	+	+
Регуляція комісійної торгівлі	+	+
Автоматизація обліку тари	+	+
Управління касовими і банківськими операціями	+	+

Операції з основними засобами, нематеріальними та малоцінними активами	+	+
Управління персоналом і розрахунок зарплати	+	+
Різні схеми оподаткування	+	+

Виходячи з табл. 1, бачимо, що ці продукти є практично ідентичними. Але 1С:Підприємство Бухгалтерія має схожість з ранніми програмами 1С:Підприємство. У той час як BAS Бухгалтерія нове забезпечення українських розробників.

Серед основних переваг програмного пакета BAS виділяють такі: зручний інтерфейс Таксі з новим дизайном меню функцій, що підвищує наочність сприйняття, і можливістю самостійно облаштовувати робоче місце користувача, зі зручною історією відкриттів; комфортність додавання даних, команд і документів у Вибране за допомогою одного кліка; зручний пошук в обраному з функцією управління повнотекстовим пошуком і можливістю перейменування елементів; комфортність ведення обліку різних компаній завдяки єдиній інформаційній базі, що включає загальні списки продукції, покупців, постачальників, співробітників і т.д., а також забезпечує можливість показу керівникам підсумкових засобів по декількох компаніям; можливість керівникам компанії оцінювати матеріальні та виробничі запаси шляхом обліку середньої собівартості, згідно з цінами продажу, із застосуванням власної ідентифікованої собівартості; комфортність ведення різних видів обліку з використанням ефективних методів і технологій тощо [6].

Таким чином, можна стверджувати, що найближчим часом усі версії конфігурації “Бухгалтерія для України” лінійки 1С:Підприємство вже не будуть підтримуватись, що говорить про те, що буде відсутня можливість оновлення згідно з чинним законодавством України. Відповідно не буде коректної роботи у програмі, співпраці з державними податковими органами. Таким чином, перехід на BAS дозволить підприємствам убезпечитися від штрафних санкцій з причини неактуальності даних.

Список літератури

1. 1С Предприятие 7.7. Продукты компании 1С [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.itan.ru/

2. В.А. Кадієвський, М.П. Павлюковець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://magazine.faaf.org.ua/1-c-pidpriemstvo-yak-informaciyne-seredovische-podatkovogo-menedzhmentu.html

3. BAS - рішення для корпоративного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.bas-soft.eu/soft/bas-corp/

4. Чим відрізняється BAS Бухгалтерія від 1С:Підприємство Бухгалтерія? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://a4.com.ua/chim-vidriznyaetsya-bas-buhgalteriya-vid-1spidpriemstvo-buhgalteriya/

5. Перехід з 1С:Підприємство на BAS Бухгалтерія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uit.kiev.ua/perehid-z-1s-pidpriiemstvo-na-bas-buhgalterija/

6. Особливості та переваги програми BAS для бухгалтерського і торгового обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.netsoft.com.ua/articles-soft/bas-news/osobjennosti-i-prjeimushhjestva-programmy-basU.html

УДК 368.01

Внукова Н. М.
д.е.н., професор кафедри банківської справи і фінансових послуг факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Кіріна І. В.
студентка кафедри фінансів

ГРУПУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ЗА РІВНЕМ АДАПТОВАНОСТІ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ

Посилення регуляторних вимог до страхової діяльності, швидкий розвиток цифрових технологій, поширення попиту на інтернет-послуги призводять до постійних трансформацій у діяльності страховиків. Теоретико-методичним аспектам діяльності страхових компаній в традиційній економіці присвячено чимало наукових робіт провідних вчених, серед яких: Н. М. Внукова [1], Іонін М. Є. [2], Г. В. Кравчук [3] та інші. Однак під час переходу галузі до надання онлайн-послуг, а також в умовах цифровізації суспільства, деякі аспекти адаптованості страховиків залишились поза увагою науковців.

Автором побудовано дендрограму адаптованості страхових компаній за методом Варда у програмі Statistica, що дозволить визначити кількість кластерів, рис. 1.

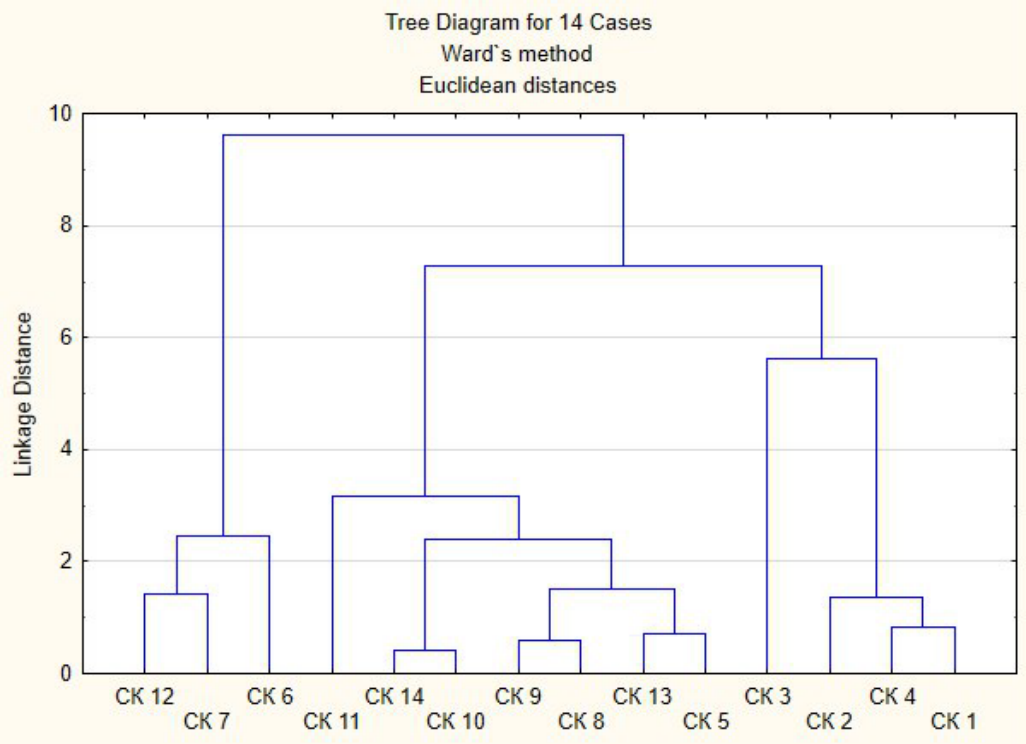


Рис. 1. Вертикальна дендрограма класифікації відповідно до адаптованості страхових компаній за методом Варда

Для проведення групування провідних страхових компаній України відповідно до їхньої адаптованості до діджитал трансформацій за допомогою кластерного аналізу обрано такі показники:

валові страхові премії у 2020 р.;

страхові виплати за 2020 р.;

середня кількість найпопулярніших брендових запитів на місяць у 2020 р. (було розраховано за допомогою інструменту Google Ads);

кількість оформлених електронних договорів ОСЦПВ за 2018-2019 рр.;

частка страхових премій за договорами ОСЦПВ у загальному обсязі премій протягом 2018-2019 рр.

Для подальшої кластеризації використано метод швидкого аналізу – k-середніх, рис. 2. Відповідно до отриманого результату кластери страхових компаній мають різні характеристики.

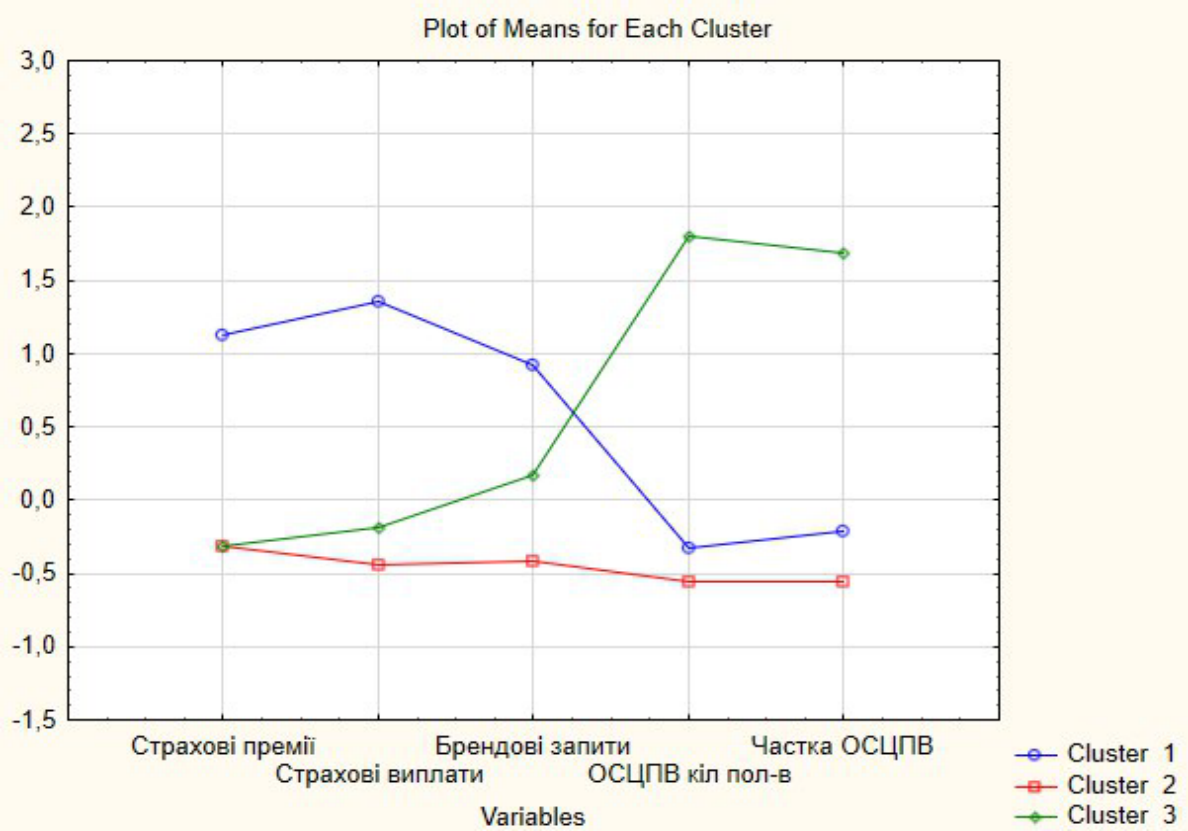


Рис. 2. Графік розподілу кластерів за значенням змінних

Сформовані кластери з переліком страхових компанії, що в них увійшли, та основні характеристики адаптації страховиків до цифрової трансформації у виокремлених кластерах зведені у табл. 1.

Таблиця 1

Основні характеристики адаптованості страхових компаній за кластерами

Номер кластеру	Перелік страховиків	Основна характеристика адаптованості кластеру
1	ПрАТ «СК «Альфа Страхування», ПрАТ «УАСК «АСКА», ПРАТ «СК «АРСЕНАЛ СТРАХУВАННЯ», ПАТ «СК «Універсальна», ПАТ «НАСК «ОРАНТА», ПрАТ «СК «ПРОВІДНА», ПрАТ «УПСК»	Страхові компанії з низьким рівнем адаптованості відповідно до пошукової активності користувачів, обсягів валових премій та страхових виплат
2	АТ «СК «АРКС», ПрАТ «СК «УНІКА», АТ «СК «ТАС», ПАТ «СК «Українська страхова група»	Страхові компанії, які є лідерами на ринку, але у своїй продуктовій лінійці більше пропонують традиційні страхові продукти
3	ПрАТ СК «ПЗУ Україна», ПРАТ СК «ВУСО», ПрАТ «УСК «Княжа Вієнна Іншуранс Груп»	Страхові компанії, які адаптовані до продажів в онлайн-середовищі

Таким чином, у результаті кластеризації перших за обсягом страхових премій страховиків відносно показників, що характеризують можливість адаптуватися до умов переходу до цифрової економіки України, отримано три кластери:

1) страхові компанії, які є лідерами на ринку, але у своїй продуктовій лінійці більше пропонують традиційні страхові продукти,

2) страхові компанії, які адаптовані до продажів в онлайн-середовищі,

3) страхові компанії з нижчим рівнем адаптованості до онлайн-продажів, відповідно до пошукової активності користувачів та обсягів валових премій та страхових виплат, ніж попередні дві групи.

Список використаної літератури:

1. Внукова Н. М., Мамедова Е. Р. Теоретичні аспекти сутності конкурентоспроможності страхових компаній. Ефективна економіка. 2020. № 4. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/14.pdf (Дата звернення: 01.11.2021).

2. Іонін М. Є. Параметри оцінки конкурентної позиції страхової компанії. Фінанси, облік, банки. 2014. № 20. С. 136-143.

3. Кравчук Г. В. Методологічні засади управління конкурентоспроможністю страхових компаній : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08; ДВНЗ "Укр. акад. банк. справи Нац. банку України". Суми, 2010. 40 с.

УДК 657

Годнюк І
к.е.н., доцент, викладач кафедри обліку і оподаткування,
Вольська А.
к.е.н., доцент, викладач кафедри фінансів та економіки,
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж,
м. Кам'янець-Подільський

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ХМАРНОГО ОБЛІКУ

Розвиток бухгалтерського обліку, за умови цифровізації суспільно-економічних відносин, здебільшого пов'язаний із впровадженням ІТ-інструментів та технологій, спрямованих на подолання недоліків існуючої контрольно-аналітичної та облікової системи. Цифровий бухгалтерський облік не має стандартного визначення, а лише стосується змін в обліку за рахунок обчислювальних і мережевих технологій [5].

У процесі цифровізації облікового процесу стає неминучим підключення додаткових інтелектуальних ресурсів, хмарних платформ, систем бази знань і банку даних, що роблять облік і звітність прозорою і зрозумілою в частині внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів підприємства.

Аналізуючи облік у хмарі та традиційну систему обліку можна відзначити переваги та недоліки цих систем.

Хмарний облік більш гнучкий. Оцифрована облікова система надає віддалений доступ до фінансових даних установи. Хмарні сервіси, пакети програмного забезпечення для цифрового обліку дозволяють входити в систему з будь-якого місця і в будь-який час для відстеження данних з підключенням до Інтернету, а не на кількох локальних комп'ютерах. Програмне забезпечення для хмарного обліку автоматично оновлює фінансову інформацію і надає фінансову звітність в режимі реального часу. Це означає, що залишки на рахунках завжди точні і менше помилок відбувається через ручне введення даних. Вони також можуть більш ефективно обробляти операції з декількома валютами і компаніями.

Хмарні рішення дозволяють підприємствам не зациклюватися на постійному дорогому обладнанні і ліцензіях, коли ваші ділові контракти ростуть. Крім того, хмарний облік вимагає набагато меншої кількості обслуговування, ніж його традиційний аналог. Хмарний провайдер виконує резервне копіювання, відновлення відбуваються автоматично, і нічого не потрібно завантажувати або встановлювати на комп'ютер компанії. Рішення хмарного обліку надають такий же безпечний спосіб зберігання фінансової інформації, як і традиційне бухгалтерське програмне забезпечення [1].

Хмарний облік, не залишає ніяких слідів фінансових даних на комп'ютерах компанії, і доступ до цих даних в хмарі зашифрований і захищений паролем.

Традиційні методи часто вимагають флеш-накопичувачів для передачі даних, які можуть бути втрачені. Нарешті, хмарні провайдери зазвичай мають резервні сервери в двох або більше місцях. Якщо мережа одного сервера вийде з ладу, у вас все одно буде доступ до ваших даних.

Хмара істотно змінює адміністративні процеси та вплив людини, що дає їй потенціал, використовуючи навички і досвід для впровадження нового рівня послуг. Оновлення в режимі реального часу хмарного обліку для всіх сторін-учасниць визначає, що бухгалтерам більше не потрібно плутатися в надлишкових файлах даних. Хмарні технології полегшують збір і обробку фінансових даних та надають більше часу на основні завдання, особливо під час податкового сезону. Особи, які приймають рішення, також мають доступ до найостанніших даних, що прискорює процес прийняття рішень і, в кінцевому підсумку, спрощує методи бухгалтерського обліку [2].

Бухгалтерський облік в значній мірі залежить від документів, таких як рахунки-фактури, виписки з рахунків і т. п. Зростаюча залежність від інтернет-транзакцій допомогла електронного формату цих документів замінити друковані версії. Хмара гарантує, що бухгалтерія зможе легко збирати ці документи в електронному форматі і мати їх в наявності, коли і де це необхідно.

Також відповідно Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» (далі - Закон № 851), що встановлює основні організаційно- правові засади електронного документообігу та використання електронних документів, встановлено, що оригіналом електронного документа вважається електронний примірник документа з обов’язковими реквізитами, у тому числі з електронним підписом автора або підписом, прирівняним до власноручного підпису відповідно до ст. 7 Закону України № 851 [2]. Тобто електронний документообіг - це закономірний процес, який значно спрощує процес підписання та обміну діловими паперами з клієнтами або підрядниками, оскільки надає можливість підписувати їх онлайн, забезпечує системі прозорість руху документів та контроль за їх виконанням.

Облікові файли є одними з найважчих, і в міру зростання бізнесу все більше використовують пам'ять для збереження. При наявності локальних центрів обробки даних бухгалтерам доведеться регулярно оновлювати апаратне забезпечення для задоволення зростаючих потреб, що є дорогим задоволенням. В хмарі можна розширити простір для зберігання даних при набагато менших витратах. Не потрібно купувати дороге комп'ютерне обладнання, а IT-фахівцям його обслуговувати. Хмара автоматично створює резервні копії даних, які зберігаються локально, а це означає, що ваші дані завжди в безпеці. Хмарні технології дають можливість змінити і поліпшити відносини між бухгалтером і клієнтом. Завдяки спільному доступу на основі дозволів файли обліку можуть бути легко передані клієнтам. Це забезпечує прозорість зі статусом роботи [3].

Хмарні обчислення дозволяють бухгалтерам витрачати менше часу на адміністративні завдання, такі як введення даних, відстеження документів і витрачати більше часу на цінні дії, що приносять дохід. Це означає, що бухгалтери можуть робити те, що вони навчені - пояснювати, працювати з числами що дозволить їм точно зосередитися на зростанні бізнесу. Компаніям, які використовують хмарний облік, потрібно менше початкової серверної інфраструктури для зберігання даних, а IT-персоналу не потрібно підтримувати його або оновлювати систему хмарного обліку. Менша кількість накладних витрат і відсутність покупок нового програмного забезпечення означають велику економію для бізнесу.

Для локального обліку - це повна протилежність. Кожен раз, коли підприємство зростає, воно стикається з великими витратами на обслуговування програмного забезпечення, а також з новими ліцензіями і платами за бази даних, управління системами і інше.

Отже, переваги цифрового обліку беззаперечні. Діджеталізація обліково-аналітичної роботи, активне використання хмарних технологій, перехід на віддалений режим роботи, підвищення значення бухгалтера і удосконалення його професійних навичок – це те без чого сучасний бізнес не зможе існувати. Подальший розвиток цифрових технологій вимагає розуміння суспільством ролі бухгалтера в умовах IT-модернізації господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Голячук Н.В., Голячук С.Є. Переваги та недоліки застосування хмарних технологій в обліку. Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. 2015. Вип. 12 (1). С. 80–86.

2. Демчишак Н.Б Розвиток цифрової інфраструктури та блокчейн технології в Україні. URL: http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/581/646 (дата звернення: 31.10.2021).

3. Макурін А.А. Розвиток бухгалтерського обліку в умовах впровадження сучасних інформаційних технологій (XL формат). URL: https://www.researchgate.net/publication/341394955 (дата звернення: 31.10.2021).

4. Спільник І.В., Палюх М.С. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Випуск 1–2. С. 83–96.

5. Перспективи IT-модернізації бухгалтерського обліку: актуалізація теорії і практики URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2019/3/EV20193_146-159.pdf (дата звернення: 31.10.2021)

УДК: 336.71

Гончаренко Н. Г.
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри менеджменту та військового господарства
Національна академія Національної гвардії України

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ – СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

Банківський сектор в Україні сьогодні є одним з провідних, який створює належні умови для економіки країни в сфері грошового обігу, обслуговування всіх без винятку господарюючих суб'єктів при здійсненні їх господарської діяльності та надає широкий спектр банківських послуг, як підприємствам всіх форм власності так і населенню. Діяльність сучасних банків є багатогранною та вкрай важливою, а сучасні інноваційні технології дають можливість досить швидко проводити значні банківські операції в будь-якій точці світу.

Організація діяльності комерційних банків направлена на отримання прибутку, а від так одним з основних завдань керівництва є забезпечення його досягнення при найменших втратах. Згідно чинного законодавства України банки надають широкий спектр послуг, які утворюють їх доходи. Але при цьому банківська діяльність в Україні має досить високий ступінь ризику, що не завжди дає можливість отримувати запланований прибуток та досягати високих рівнів рентабельності. Це свідчить про необхідність запровадження в роботі банків інноваційних напрямків, які б одночасно виконували функції координації, регулювання та контролю. Одним з таких напрямків, який поєднує в собі визначені функції та, як показує практика, є дієвим за сучасних умов є фінансовий контролінг.

Як відмічають Запорожець С. В. та Бартош О. М.: «Контролінг як нова концепція управління є необхідною передумовою досягнення визначеної стратегічної позиції банку на ринку та відповідного рівня рентабельності. Контролінг це система оперативного реагування на слабкі імпульси щодо зміни як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Він забезпечує апарат управління прогнозною інформацією для того, щоб відстежити ступінь фактичного наближення до цілей, установлених прогнозом, та застосування комплексу дієвих заходів щодо корегування управлінських рішень як в частині прогнозування, так з метою оптимізації фактичної ситуації.» [1].

Як бачимо, фінансовий контроліг в діяльності сучасних банків стає необхідною умовою, що дає можливість при мінімальних втратах досягати визначених цілей. За допомогою його інструментів формується належна інформаційна база, здійснюється її оперативний аналіз та в досить короткі

терміни відбувається коригування тих факторів, які негативно впливають на банківську діяльність та можуть знизити їх рентабельність. Саме належна та достовірна інформаційна база є досить дієвим інструментом фінансового контролінгу в сучасній банківській практиці, а сучасні інструменти контролінгу дозволяють за допомогою відповідних масивів інформації обґрунтовувати напрямки своєї подальшої діяльності та управляти банківськими ризиками [2].

В своєму дослідженні Скибюк Д.М. звертає увагу на комплексність та дієвість фінансового контролінгу в банках. Зокрема він вказує, що «контролінг розробляє концепцію комплексної системи управління, сприяє впровадженню та координацію функціонування інформаційної підсистеми, оптимізації інформаційних потоків у банку» [3].

Розглядуючи сучасні тенденції фінансового контролінгу слід відмітити, що вони направлені на забезпечення уникнення будь-яких ризиків в сфері банківської діяльності та отримання гарантованих прибутків при мінімальних втратах. Саме ці проблеми є найбільш болючими в діяльності банківських установ. За сучасного нестабільного фінансового стану та зниження рівня платоспроможності банки вимушені запроваджувати рішучі заходи з метою подолання ризиків неплатоспроможності. Приймаючи до уваги, що банки здійснюють як пасивні операції, за допомогою яких формуються банківські ресурси, так і активні операції, які дають можливість їм отримувати доходи, слід звернути увагу на особливості використання позичених коштів. В більшості активні операції банки проводять за рахунок залучених та позичених коштів, тобто як правило вони забезпечують оборот коштів, які не є їх власними ресурсами, а від так вони беруть на себе зобов’язання збереження, повернення та сплати відсотків по цим видам ресурсів.

Література:

1. Запорожець С. В., Бартош О. М. Роль контролінгу в управлінні банком. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7896 (дата звернення: 05.11.2021).

2. Гончаренко Н.Г. Роль економічної інформації в прийнятті ефективних управлінських рішень. *Науковий вісник Херсонського державного університету (серія «Економічні науки»).* 2018, № 28-2. с. 145-148.

3. Скибюк Д.М. Необхідність впровадження системи фінансового контролінгу в банк. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 11. С. 22-26.

УДК 336+368.914.22

Давиденко Д. О.
к.е.н., старший науковий співробітник відділу аспірантури та докторантури Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса» Міністерства юстиції України
Шорох В. Д.
здобувач вищої освіти ступеня доктор філософії другого року навчання Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ FINTECH

Розглядаючи питання стратегії розвитку ринку фінансових послуг в Україні необхідно, перш за все, детально вивчити Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 року (далі – Стратегія) [1], що оновлена у березні 2021 року з метою врахування сучасних реалій існування фінансових установ, в тому числі, за умов коронокризи. Ця Стратегія включає певні напрями розвитку, один з яких, безпосередньо, стосується впровадження інновацій у фінансовому секторі. Так, за інформацією, що зазначена у Стратегії як індикатори виконання інноваційного розвитку визначено стратегічні цілі на майбутній період, а саме: розвиток відкритої архітектури фінансового ринку та оверсайта; забезпечення розвитку ринку FinTech, цифрових технологій та платформ регуляторів; забезпечення розвитку SupTech&RegTech та розвиток цифрової економіки. Безумовно, виконання цих цілей наблизить фінансовий ринок України до світових стандартів, укріпить його позиції відносно наявності реально працюючих технологій фінансового сектору, підвищить загальну конкурентоспроможність фінансового ринку України у світі.

Більш інформативно зазначені цілі розкриті у розділі Стратегії «Характеристики майбутнього фінансового сектору України» [1, с. 17-18], де у якості розвитку технологій визначена повна переорієнтація платіжної діяльності в цифровий формат, запровадження регулювання краудфандингу та операцій з візуальними активами, доступність фінансової послуги у форматі 24/7 та ін. Важливим аспектом є бажання Регуляторів (Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку) та Міністерства фінансів України, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб створити Sanbox, що стимулюватиме розвиток інноваційних технологій. Більшість IT-технологій, що мають бажання працювати на українському фінансовому ринку вбачають перешкоди у вигляді неможливості безризиково впроваджувати новітні продукти. Саме тому, у Стратегії пріоритетно виокремлено забезпечення

кібербезпеки платіжної, депозитарної та біржової інфраструктури. Варто зауважити, що Регулятори орієнтують перспективи не лише у розвитку існуючих інноваційних технологій FinTech, а й у появі нових інструментів у фінансовому секторі.

Щодо конкретних дій відносно запровадження FinTech, у Стратегії зазначено, що вони орієнтовані на діджиталізацію в усіх ринках фінансових послуг. На ринку страхових послуг – це технологія InsurTech, що передбачає застосування телематики, машинного навчання, штучного інтелекту, big data, блокчейну, open API для вирішення проблем паперової «бюрократії», заплутаності тарифів та умов страхування, нав'язливості страхових агентів та інших питань щодо посилення заохочення клієнтів, а на інвестиційному ринку – це WealthTech – технологія, що здатна замінити будь-якого фінансового аналітика в управлінні активами. Окреслені перспективи, на наш погляд, є досяжними, особливо за актуальних сучасних ізоляційних умов людства та його бажання до віддаленої комунікації.

Наступним блоком Стратегії є очікувані результати та інструменти реалізації цілей. У цьому пункті [1, с. 82-83] зазначені чіткі контрольні точки, що стосуються інноваційного розвитку технологій. Відповідно до них Регулятори до 2022 року мають здійснити аналіз моделей фінансових інкубаторів та акселераторів, обрати оптимальні та кращі з них, розробити та реалізувати на державному рівні програми фінансування інвестиційних стартапів в економіку. Окрім того, до 2024 року, такі IT-платформи мають бути впроваджені на ринку фінансових послуг для захисту прав споживачів та регулювання ринкової поведінки. Також, окремим завданням, що винесене на вирішення до 2024 року є створення платформ, що дозволяють здійснювати аналіз ризиків на базі фінансових операцій через систему НБУ.

Висновки. Отже, розглянувши стратегічні напрями розвитку ринку фінансових послуг в умовах провадження FinTech, можна дійти висновку, що ринок фінансових послуг має певний перелік інноваційних перспектив, що поки не реалізовані, а значить рівень залучення населення в інновації не є достатнім. Впровадження новітніх технологій на ринку фінансових послуг, що визначені Стратегією, здебільшого, пов’язані з мінімізацією ризиків, їх моніторингом та можливістю цифрового контролю. Індикатори та інструменти впровадження інноваційного розвитку, що зазначені у Стратегії не мають глибоко плану дій та стосуються у своїй більшості банківського сектору. Це вірогідно пов’язано, зі зміною Регулятора на ринку фінансових послуг, що відбулась нещодавно та перейняттям повноважень НБУ, що орієнтовано апріорі на забезпечення банківської системи, саме тому розроблені стратегічні завдання розвитку до 2025 року включають цілі, що поверхнево стосуються фінансових установ учасників небанківського ринку фінансових послуг. В незалежності від цього,

система запропонованих для провадження технологій є загалом актуальною на сучасному ринку фінансових послуг, так як інфраструктура із залученням коштів неподільно розвивається з фінансовими послугами, що їх обслуговують. Таким чином, питання надання фінансових послуг в умовах інтеграції технологій FinTech набувають ще більшої популярності через потребу до реалізації інвестиційної перспективи простим та зрозумілим шляхом. Більш того, технології FinTech дозволяють вирішувати проблеми діджиталізації для усіх сфер життєдіяльності населення, тим самим розповсюджуючи інноваційні підходи надання фінансової послуги.

Перелік літературних джерел

1. Про затвердження Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року : рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 27.12.2020 р. № 797. Дата оновлення: 31.03.2021. URL : https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686 (дата звернення : 04.11.2021).

УДК 332.92

Доброскок Ю. Б.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту
Харківський національний економічний університет імені Семена Кунеця
Калинич А. Я.
Студентка 2 року навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти
Харківський національний економічний університет імені Семена Кунеця

РОЛЬ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ У ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІЙ ПОЛІТИЦІ КРАЇН-УЧАСНИЦЬ

Світова організація торгівлі (СОТ) – це, в першу чергу, правова та інституціональна основа міжнародних багатосторонніх торговельних відносин, основними функціями якої є нагляд за виконанням домовленостей, що є невід'ємною частиною Угоди про створення СОТ; забезпечення швидкого та ефективного вирішення торговельних суперечок між країнами-членами; оцінка їхнього торговельного потенціалу; співробітництво з іншими міжнародними організаціями та надання технічної допомоги державам, що розвиваються, найменш розвиненим та країнам із перехідною економікою. [3]

З моменту ратифікації протоколу про вступ до СОТ система зобов'язань країни як члена СОТ є відтоді складовою частиною її єдиної політики у сфері державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Такі обов'язки передбачають:

- трансформацію і зв'язування рівнів мита та лібералізацію режиму доступу до ринку послуг;
- гармонізацію національного законодавства з вимогами та правилами СОТ;
- реалізацію єдиної державної зовнішньоторговельної політики з урахуванням принципів та правил єдиних для усіх членів. [1]

Зміни, які така держава зобов'язана внести до своєї зовнішньоторговельної політики, включають такі як митно-тарифне регулювання, нетарифні обмеження, фіто-санітарні стандарти, захист інтелектуальної власності, доступ на ринки товарів та послуг тощо. З того часу, як держава стає повноправним членом СОТ для неї відкривається широкий спектр можливостей для регулювання власної зовнішньої торгівлі за допомогою інструментів, які надає Організація. Головна задача полягала у правильному виокремленні пріоритетів зовнішньоторговельної політики.

Серед переваг, які надає система СОТ можемо виокремити такі.

1. Підвищення рівня життя населення. Протекціонізм, а отже й застосування тарифних, нетарифних обмежень, зазвичай завдає найбільшої шкоди менш заможним країнам. Завдяки лібералізації зовнішньої торгівлі (до чого закликає СОТ) можна підвищити рівень життя населення у таких аспектах: зростає загальний рівень доходів, харчові продукти та одяг стають дешевшими.

2. Врегулювання торгових суперечок, використовуючи механізми СОТ. Правила СОТ, серед іншого, передбачають зобов'язання для країн – учасниць розв'язувати свої суперечки в рамках СОТ та утримуватися від впровадження односторонніх дій. Це – основний аспект багатосторонньої торговельної системи та унікальний внесок СОТ у стабільність світової економіки. До того ж, існує Орган Вирішення Суперечок, який передбачає спеціальну процедуру для розв'язання суперечних питань зовнішньої торгівлі між двома державами із залученням третіх сторін та професіоналів у відповідних галузях.

3. Стимулювання економічного зростання. Встановлення чітких правил гри на світовому ринку згідно з правилами СОТ та лібералізація зовнішньоторговельних режимів із понад 160 країнами-членами СОТ, що охоплюють близько 98% світової торгівлі, стає потужним поштовхом для активізації міждержавного співробітництва, а разом з тим взяття напрямку до економічного зростання.

4. Покращення умов ведення бізнесу. До головних позитивних аспектів впливу СОТ на підприємницьку діяльність відносять такі: зниження витрат на міжкордонну торгівлю; спрощення митного контролю; мінімізація бюрократії; стандартизація митних процедур.

5. Ефективніше державне управління. Згідно з правилами член Організації зобов'язаний інформувати усіх інших щодо усіх нововведених тарифах. Цей крок зменшує можливості до усіляких махінацій та корупційних схем у зовнішній торгівлі. [2]

Література:

1. Довгань В. М. Право світової організації торгівлі. Вступ України до СОТ. К. : КНТ, 2009. С. 128-132.

2. СОТ: матеріали міжнародного круглого столу (м. Київ, 27 листопада 2017 р.) відп. ред. О. О. Борзенко. Київ: НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». 2018. С. 19-22.

3. Юрченко К. Загальні принципи регулювання міжнародної торгівлі в рамках Світової організації торгівлі та підвищення загального економічного розвитку країн, що розвиваються. *Підприємництво, господарство і право*. № 10. 2009. С. 61–63.

УДК 330.34

Заячковська Г. А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту
Хмельницького кооперативного торговельно-економічний інституту
Кіреєва Є. О.
студентка навчальної групи МГ (скб) – 11
Хмельницького кооперативного торговельно-економічний інституту

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Технологічний прогрес сьогодення накладає значний відбиток на організацію та ведення бізнесу. Сучасні умови вимагають від підприємця володіння інформацією та знанням про споживчий ринок.

У наш час інформаційних технологій є можливість створювати інформаційні бази про споживача, використовуючи соціальні мережі, платіжні та пошукові системи, чат-боти тощо. Аналіз даних, отриманих з відкритих інформаційних джерел дозволить вивчити потреби споживача, запропонувати йому відповідний набір товарів та послуг.

Пандемія через короновірус та локдаун стали тим самим поштовхом, який мотивував підприємців впроваджувати цифрову трансформацію у бізнес.

Найближчим часом цифрова трансформація буде запроваджена в усіх підприємствах, які хочуть залишитися конкурентоспроможними.

Слід зазначити, що спонукати до процесу запровадження цифрової трансформації може необхідність швидкого реагування на зміни у попиту споживачів, з метою забезпечення тісної та швидкої взаємодії на етапах: замовлення – доставка – задоволення потреб.

Процес впровадження цифрової трансформації охоплює не лише бізнес-процеси, а також і зміни в організаційній структурі підприємства, що може також викликати необхідність підвищення кваліфікації персоналу.

Для того щоб процес цифрової трансформації був ефективним необхідно чітко окреслити його мету та визначитися в яких саме областях необхідно запровадити зміни і які технології використовувати при цьому.

Аналіз наукових праць дозволяє окреслити основні етапи запровадження цифрової трансформації на підприємстві, а саме:

Підготовка. Передбачає визначення основних підстав для запровадження цифрової трансформації на підприємстві. Необхідно провести аналіз готовності бізнес-процесів до запровадження нових технологій.

Планування. Цифрова інформація буде ефективна лише в тому випадку, коли вона буде охоплювати всі бізнес-процеси. Тому, під час складання плану необхідно визначити всіх учасників цифрової трансформації, процеси, цілі, терміни та способи.

Залучення персоналу підприємства до процесу цифрової трансформації. Як вже зазначалося вище, процес цифрової трансформації може викликати потребу у підвищенні кваліфікації персоналу підприємства, тому необхідно оцінити знання та навички персоналу щодо сучасних технологій і у разі необхідності спрямувати їх на відповідні курси.

Переведення даних і документів у цифрову форму (диджиталізація).

З метою ефективності цифрової трансформації необхідно запровадити на підприємстві електронний документообіг, що значно прискорює бізнес-процеси.

Перевірка та впровадження нової операційної моделі. На цьому етапі вводяться в експлуатацію нові системи, модернізуються і оптимізуються IT-архітектура і процеси.

Оновлення бізнес-моделі підприємства.

На цьому етапі необхідно адаптувати підхід щодо позиціонування та логістики підприємства.

Таким чином, цифрова трансформація має здійснюватися на основі чіткого керівництва, контролю та співставленні контрольних та необхідних показників. Роль керівника полягає також у формуванні відповідної корпоративної культури та у співпраці з персоналом [1].

Так що ж таке «цифрова трансформація бізнесу»? Існує велика кількість формулювань, але, якщо їх узагальнити, виходить наступне:

Цифрова трансформація бізнесу – це перехід процесів і технологій компанії на більш сучасні та ефективні рішення. Наявність Wi-Fi і Microsoft 365 – це лише сама верхівка айсберга та, по суті, вже не є цифрова трансформація, адже це норма для компаній вже багато років. Слід зазначити, що цифрова трансформація має такі характеристики:

- це постійний процес;
- основа трансформації – це останні технології і інновації;
- цифрова трансформація формує нові бізнес моделі, які орієнтуються на клієнтські потреби.

Головні переваги цифрової трансформації для бізнесу

- підвищення ефективності та скорочення часу на повторювані завдання за допомогою автоматизації процесів організації;
- покращення комунікації з клієнтами, партнерами і співробітниками;
- нові можливості для обслуговування клієнтів;
- підвищення рівня конкурентоспроможності на бізнес-ринку шляхом оптимізації процесів організації [2].

В сучасній літературі автори описують області, які охоплює цифрова трансформація: ділова діяльність / функції; бізнес-процеси; бізнес-моделі; бізнес-екосистеми; управління бізнес-активами; організаційна культура; екосистемні та партнерські моделі; підхід до клієнтів, персоналу та партнерів.

Цей перелік не є вичерпним, і де-факто кілька згаданих аспектів пов'язані та перетинаються [3].

Однак, не все так просто у запровадженні цифрової трансформації і є ряд причин, які гальмують цей процес:

По-перше – це особисті причини. Керівники організацій та підприємств не бажають впроваджувати інновації через недостатню освіту у сфері, певні упередження до новітніх технології.

По-друге – це технологічні причини. При IT-аудиті фахівці можуть виявити несумісність нових технологій і корпоративної IT-інфраструктури, а також уразливості в кібербезпеці.

По-третє – це соціальні або організаційні причини. Бувають випадки, коли організація вже намагалася запровадити цифрову трансформацію, але зробила це занадто швидко та без передчасної підготовки персоналу до змін. В результаті така трансформація могла бути провальною або неефективною.

Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, можна зазначити, що цифрова трансформація бізнесу – це тривалий і комплексний процес. Тому що для того, щоб запроваджені зміни були успішними необхідно враховувати не лише бажання та можливість впровадження технології або рішення, але і готовність до неї та самої організації та персоналу. Тому перед тим, як розпочати впровадження цифрової трансформації вкрай важливо дослідити потреби та слабкі сторони організації, чітко спланувати процес трансформації і лише після цього розробляти всебічну стратегію, яка приведе організацію до успіху.

Список використаної літератури:

1. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології *Економічний вісник НТУУ «КПІ»,* 2020, С. 280-290.

2. Цифрова трансформація бізнесу *TechExpert IT Company:* веб-сайт. URL: https://techexpert.ua/digital-transformation-of-business/ (дата звернення 11.11.2021).

3. Digital transformation: online guide to digital business transformation. URL: https://www.i-scoop.eu/digital-transformation (дата звернення 11.11.2021).

УДК 334.02:338.4

Кушлик О.Ю.
к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Шеленко С.Л.
Магістр
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Під діагностикою розуміємо процес дослідження поточного стану системи, встановлення причинно–наслідкових зв'язків між її елементами, оцінку стану системи за визначеними критеріями, а також виявлення перспектив її розвитку.

Як показує світовий досвід, у процесі проведення діагностики системи стратегічного управління зазвичай застосовуються такі прикладні методи як оцінка стратегічного рівня підприємства, методика стратегічної оцінки підприємства (СОП), показники ефективності управління підприємством, методи генерації і актуалізації стратегічних альтернатив такі, як STEP-аналіз, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, SMART тощо.

Методика стратегічної оцінки підприємства (СОП) пропонує виділяти чотири розділи аналізу і 16 показників, що оцінюються експертним шляхом:
I. Загальна оцінка підприємства: структура підприємства; корпоративна культура; стиль керівництва (вищий рівень управління підприємством); стиль керівництва (середній і низовий рівні управління підприємством). II. Ресурси: фінансові ресурси; комунікації; технології; персонал. III. Знання: знання фінансів; знання клієнтів; знання конкурентів; знання галузі та особливостей бізнесу. IV. Використання ресурсів і знань для досягнення стратегічних цілей: фінансова стратегія; маркетингова стратегія; виробнича стратегія; впровадження планів. Якщо середні оцінки за розділами є низькими, це вимагає перегляду існуючої стратегії і розробки нової, більш ефективної. Якщо існують значні розриви між середніми оцінками за річними розділами, це свідчить про наявність стратегічних загроз/ можливостей.

Методика оцінки стратегічного рівня організації передбачає оцінку за стадіями процесу розроблення і впровадження стратегії. Здебільшого виділяють наступні складові. 1. Визначення місії та цілей організації: формулювання місії організації відображає загальне її призначення; в організації побудована система довго-, середньо- і короткострокових цілей розвитку; сформовані цілі відповідають місії організації; сформовані цілі є коректними відповідно до виявлених тенденцій зміни оточення організації;

при формулюванні цілей враховані основні принципи їх побудови. 2. Діагностика середовища організації: рівень знань і наявний обсяг інформації про ситуацію, що склалася в економіці країни і на ринку, достатній для розроблення стратегії; до проведення діагностики внутрішнього потенціалу та оточення організації залучено висококваліфікованих фахівців; результати аналізу забезпечують об'єктивну оцінку теперішнього стану організації; проведено прогнозування тенденцій зміни середовища організації. 3. Вибір стратегії організації: стратегію організації розробляє вище керівництво; сформована стратегія організації є достатньо гнучкою і дає змогу швидко пристосуватися до змін; існує чітко визначена загальна стратегія організації; загальна стратегія організації конкретизується за окремими ринками та функціональними просторами. 4. Реалізація стратегії організації: розроблені види стратегій матеріалізуються в систему планових документів; в організації встановлено відповідальність за реалізацію стратегічних дій, а також послідовність і терміни виконання окремих планових завдань; наявна організаційна структура управління забезпечує реалізацію розробленої стратегії; організаційна культура сприяє ефективній реалізації сформованої стратегії. 5. Контроль за реалізацією стратегії організації: стратегічний контроль спрямований оцінку досягнення цілей; за результатами аналізу та виявлення негативних тенденцій вживаються адекватні заходи. Процедура оцінювання передбачає оцінку рівня вагомості критеріїв, рівень стратегічної зорієнтованості аналізованої організації та загальне оцінювання параметрів.

Діагностику ефективності управління підприємствами в умовах сталого розвитку управління запропоновано здійснювати за наступними сферами: споживачі і партнери, економічні інтереси підприємства, працівники, громада, навколишнє середовище. Споживачі, партнери: рівень задоволеності споживачів якістю продукції, наявність сертифікатів на відповідність міжнародним стандартам, наявність знаків екологічного маркування продукції, показники екологічності продукції, відсоток постійних клієнтів, показники лояльності споживачів, показники якості і безпеки продукції, рівень іміджу підприємства, рівень корпоративної культури бізнесу, кількість рекламацій щодо якості продукції на 100 од. Економічні інтереси підприємства: показники прибутковості(коефіцієнти валового,операційного, чистого прибутку), показники рентабельності власного та вкладеного капіталу, показники вартості виробничого підприємства (показник економічної доданої вартості (EVA)), коефіцієнт окупності інвестицій у соціальні програми і проекти (ROI), показники ресурсовіддачі (фондовіддача, матеріаловіддача), показники продуктивності, показники ефективності дивідендної політики (чистий прибуток, що припадає на 1 просту акцію, дивіденди на 1 просту акцію, коефіцієнт цінності акції, рентабельність акції, коефіцієнт дивідендних виплат). Працівники: показники мотивації персоналу, показники зайнятості, коефіцієнт окупності інвестицій (ROI) в людський ресурс (HR), показник ефективності (продуктивності) роботи

працівника, показники екологічно обумовлених шкідливих впливів на персонал, показники охорони здоров'я працівників, рівень кредиторської заборгованості перед персоналом, рівень невиконаних зобов'язань з виплат персоналу по завершенню трудової діяльності, рівень невиконаних зобов'язань з виплат персоналу внаслідок складних умов праці та шкідливих умов виробництва, витрати на забезпечення соціального пакету на 1 працівника, рівень комфортності соціального клімату в колективі, рівень реалізації політики етичного кодексу поведінки. Громада: рівень своєчасності та повноти сплати у повному обсязі податків до бюджетів усіх рівнів, показник соціальної участі підприємства в розвитку громади, показники екологічної відповідальності перед громадою (впливу на населення; матеріальні об'єкти: інфраструктура, виробничі засоби, житлово-комунальне господарство, транспорт; сільське та лісове господарство; коефіцієнт фінансування програм з розвитку громади (участь у благодійних акціях, спонсорська підтримка наукових, культурних, спортивних заходах, інвестиційних проектах). Навколишнє середовище: показники екодеструктивного впливу підприємства на навколишнє середовище (показники впливу на атмосферне повітря, водне середовище, земельні ресурси і надра), показники техніко-екологічного рівня виробництва, показники стану основних виробничих засобів, показники стану та ефективності використання природоохоронних фондів, показники екологічності матеріально-енергетичного забезпечення виробництва, показники еколого-економічної взаємозалежності результатів виробництва, показники рівня використання відходів, показники рівня реінвестування у екологічну діяльність, показники рівня екологічних платежів, показники рівня стимулювання екологічності виробництва.

Даний набір показників слугує відправною точкою формування системи показників для окремого підприємства, враховуючи його специфіку, масштаб та умови діяльності. Його діагностику доцільно проводити в динаміці, на основі результатів яких розробляти заходи щодо вдосконалення системи стратегічного управління підприємства в умовах сталого розвитку.

Список використаної літератури:

1. Кушлик О.Ю. Оцінка ефективності соціально-етичного управління виробничими підприємствами [Електронний ресурс] / Г.С. Степанюк, О.Ю. Кушлик // Економіка та суспільство. 2019. № 20. С. 390-399. Режим доступу до журналу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2635- stepanyuk-g-s-kushlik-o-yu

2. Кушлик О.Ю. Стратегічне управління в забезпеченні ефективної діяльності енергопостачальних підприємств // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії: Науковий журнал – Випуск 1 (07), Частина 1, 2017. Запоріжжя . С. 108-113.

УДК 658:331

Mironchuk Z.P.
Ph.D., Associate Professor of Accounting and Taxation
Lviv National Agrarian University
Cicka N.E.
Ph.D., Associate Professor of Accounting and Taxation
Lviv National Agrarian University

ACCOUNTING AND CONTROLLING OF INNOVATIVE ACTIVITY THE ENTERPRISE

Controlling is one of the newest directions information and economic development of the enterprise directed on reception information on innovative activity in modern conditions of managing which becomes a necessary information source for business entities that is caused by emergence a considerable quantity of the translated editions on the questions the account, finance, pricing etc. The help with controlling is the use accounting and analytical and planning and information levers, which in turn provide operational and strategic management of process achieving the goals and results of the enterprise. In general, accounting and control of innovation are closely linked in terms introduction of progressive innovations that would cover the full range management measures aimed at creating competitive products for manufacturers in order to generate income.

The main unresolved problem today is that there is no single conceptual approach to determining the components of controlling system innovation of the enterprise, processes of its implementation and operation. The Law of Ukraine "On Innovation" [1] stipulates that innovation is an activity aimed at the use and commercialization of the results research and development and determines the release of new competitive goods and services. Objects of innovative activity are: - innovative programs and projects; -new knowledge and intellectual products; -production equipment and processes; -infrastructure of production and entrepreneurship; - organizational and technical solutions of production, administrative, commercial or other nature, which significantly improve the structure and quality of production or social sphere; - raw materials, means their extraction and processing; - marketable products; - mechanisms for the formation of the consumer market and sales marketable products (Article 4 of the Law) [1]. In our opinion, not the least role in the organization and maintenance of accounting and controlling expenses innovative activity is played also by how much in the order on accounting policy of the enterprise objects innovative activity, items of expenses and accounts on which these expenses are conducted are put and defined. We can agree with the authors of the monograph edited by F.F.Butynets, who claim: "To prove creation of objects as a result innovation, we need rules for their identification and methods of cost measurement. Given that the cost of resources spent by enterprises to create

innovative competitive products and services are crucial factors for high financial results, so improving the accounting policy for objects of innovative origin, remains among the main in improving the quality of accounting and analytical information "[2, p.137].

However, today none of the UAS contains direct recommendations on the reflection in the accounting and financial reporting of assets innovative origin. UAS 8 "Intangible Assets" [3, p. 81] only partially provides methodological regulations on this issue, when it indicates that "the initial cost of an intangible asset created by the enterprise includes direct labor costs, direct material costs, other costs , directly related to the creation of this intangible asset and bringing it to a state of suitability for its intended use "[3, p. 83]. In fact, in this case P (S) BU 8 refers to P (S) BU 16 "Costs" [3, p.179], because it is this document that defines these costs as components "production cost". With regard to accounting, the most important tasks of controlling should include: - creation a system for collecting and processing information; - development of accounting methods; - development criteria for evaluating the activities of the enterprise. The solution of these problems is connected with: - presentation information for making plans; - establishment of permissible limits deviations; - analysis the reasons and development offers for reduction of deviations; - accounting and control costs and results; - development of tools for planning, control and management decisions.. It should be borne in mind that no computer program can predict all possible situations that affect the decision of the head, so the main actor in any system is a person; the task information system should be to provide the head with all the necessary information to plan the activities of the enterprise, taking into account available resources, control over their use in accordance with the rules established by the management of the enterprise, ensuring coordination employees by maintaining common directories by performing the established sequence operations, ensuring communication between them by providing this information space, while delimiting access and ability to work with system objects in accordance with functions performed [4, Art. 14]. Thus, to improve cost accounting and control of innovation processes, the priority is to create conditions for quality collection, processing, proper analysis, documentation results an important place is the introduction of automated management systems in enterprises. It should be borne in mind that the information system must provide the following:

1. Collection, processing, storage and submission data on the activities organization in a convenient format for analysis and use in management decisions.

2. Automation of business operations (technological operations), constituting the target activities organization.

3. Automation processes that ensure the implementation of the main activity.

4. The possibility gradual expansion and development of the system. To ensure the implementation objectives, information system should cover all available facilities and types of management.

Based on the goals, we can formulate the tasks to be solved by the information system, main which are: accounting automation; automation of management accounting; obtaining data on the implementation of the organization's plans (action plans and budget).

Execution of tasks related to the organization document management and maintenance documentation archives - programs for document management automation. Thus, controlling is an integral part creating competitive products in a market environment; a strategic tool in innovative processes creating new products, which reduces innovation cycle, development and production costs, the most important strategic tool for crisis management. Implementation of controlling will require some effort, changes in accounting, control, analysis and management systems, but all this justifies effect that can be obtained from the implementation of controlling, in particular the automation controlling innovation processes performs tasks related to providing legal information.

List references

1. Law of Ukraine "On Innovation" with changes and additions from 16.10.2012 - [Electronic resource]: Access mode: https: //законодавство.com/.

2. Development of science of accounting and economic control: ensuring sustainable development of the economy of Ukraine [Text]: monograph / T.A. Butynets, T.V. Davydyuk, I.V. Zhigley, I.V. Zamula; for general ed. prof. F.F. Butynets. - Zhytomyr: ZhSTU, 2012. - 308 c.

3. National Accounting Standards [Text] / Uklad. A. Tuzov. - H.: Factor, 2013. - 432 p.

4. Vandoren V. The choice of the correct project implementation strategy / V. Vandoren, P. Novitsky // World of computer automation [Text]. —2000. — № 1.— P. 14—16.

УДК 336.71

Морозова Н.Л.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу
та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Гудок А.С.
студенка 2 курсу, групи АМ 21- Б
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

На сьогодні, в умовах глобалізації, підвищену банківську конкуренцію та високі темпи розвитку технологій, одним із пріоритетних завдань банківської установи є впровадження у свою діяльність інноваційних технологій, що дасть змогу крокувати у ногу з часом, задовольняючи потреби клієнтів та максимізуючи свій прибуток.

Інновації виступають важливою складовою розвитку будь-якої установи, без якої існування тієї чи іншої бізнес-моделі можна поставити під сумнів. Надзвичайні темпи розвитку новітніх технологій дають поштовх розвиватися й банкам. Інновації у банківському секторі можна розглядати як економічні, організаційно-управлінські, інституційні, фінансові, інформаційно-технологічні перетворення у всіх сферах банківської діяльності [2].

Необхідність впровадження банками інноваційних технологій, з метою підвищення своєї конкурентоспроможності, підтверджують високі темпи розвитку необанків - Фінтех-компанії, які пропонують стандартні банківські послуги повністю в цифровому форматі. Собою вони представляють великий інноваційний процес, який наразі, має високий рівень конкурентоспроможності, порівнюючи зі звичайними класичними банками. На відміну від класичних банків, необанки не мають фізичних відділень і можуть працювати без банківської ліцензії. Необанки також мають великий ряд переваг, в тому числі, підвищені відсоткові ставки по депозитах та нижчі по кредитах, вигідний валютний курс тощо.

Отже, даний формат надання послуг є значним кроком у технологічно розвинене майбутнє фінансового ринку, адже є зручним та вигіднішим, як для клієнтів, так і для банків, та є вагомим важелем для впровадження новітніх технологій у банківську діяльність звичайних банків.

Підтвердженням значення розвитку інноваційних продуктів та послуг в банківській діяльності є приклад Приватбанку, одного із лідерів національної банківської системи, якому притаманна першість у впровадженні нововведень.

Так, у 2001 році, він першим серед українських банків запропонував послуги Інтернет-банкінгу, представивши Приват24 [3].

Результативність цієї інновації можна оцінювати з позицій різних рівнів її суб'єктів. Так, банк підвищив прибутковість та конкурентоспроможність завдяки розширення послуг та збільшення клієнтської бази. В свою чергу, клієнти банку отримали доступність, розширення послуг, поліпшення якості обслуговування та змогу користуватися послугами банку у зручний для них час. Загалом, для фінансового ринку це відіграло важливу роль, збільшивши активність населення.

І сьогодні цей продукт не втрачає своєї актуальності та постійно вдосконалюється, що підтверджує запровадження до двадцятиріччя існування онлайн-банкинга «ПриватБанк» опції «рейтингування діджетальності користувачів», яка відображає активність користавачів сервісами додатку, включаючи переводи коштів на карти, оплату товарів та послуг та ін. [3]

Крім того, АТ КБ «Приватбанк» відомий своїми інноваційними розробками не тільки в України. Серед інноваційних розробок, які було визнано у світі, можна виділити: використання одноразових SMS-паролів; запровадження платіжний міні-термінал; вхід в Інтернет-банкінг через QR-код; онлайн-інкасацію тощо [3].

Отже, банківські інновації відіграють важливу роль в розвитку банківської установи, що підтверджує досвіт Приватбанку. Іх впровадження в банківську діяльність сприяє підвищенню її прибутковості, що, в свою чергу, підвищує економічний розвиток національного банківництва та соціально-економічний розвиток всієї держави.

Список використаної літератури

1. Дзюблюк О. Інноваційні вектори розвитку банківської системи //Світ фінансів 3(60)/2019. – С.8-25.

2. Єгоричева С.Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти : монографія. Полтава: ТОВ "АСМІ", 2010. 348 с.

3. Офіційний сайт АТ КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://privatbank.ua/

УДК 657.446

Нікіпчук Б. О.
студент факультету облік та оподаткування
Науковий керівник: к.е.н, доцент Амбарчян М. С.
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМА УЗГОДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В ЧАСТИНІ ОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

В сучасних умовах ведення господарської діяльності підприємства, які займаються саме створенням продуктів, а не їх повторним перепродажем, мають справу з проблемою ведення обліку та оподаткування операцій, пов'язаних з основними засобами.

Важливим питанням у розумінні операцій з основними засобами є тлумачення понять у нормативно-правових актах, якими регулюється ця діяльність. Основною причиною неузгодженості визначень «основних засобів» у нормативних актах є те, що податковий облік переслідує цілі, які відрізняються від цілей бухгалтерського обліку.

Контролюючі органи, ставлячи за мету збільшення обсягу надходження податків до бюджету, визначають власні критерії визнання основних засобів, закріплені у Податковому кодексі України (ПКУ). Саме в ПКУ визначені мінімальні строки корисного використання основних засобів, які використовуються платником податку для ведення податкового обліку основних засобів. Наприклад, мінімально допустимі строки амортизації для будівель становлять 20 років, для споруд – 15 років, для передавальних пристроїв – 10 років, для машин і обладнання – 5 років [1]. Зазначені мінімально допустимі строки амортизації беруться до уваги при розрахунку фінансового результату до оподаткування у податковій декларації з податку на прибуток підприємства. Чим більшою буде сума нарахованої амортизації основних засобів, тим більшою буде сума фінансового результату до оподаткування.

Бухгалтерський облік направлений на відображення правдивої інформації щодо основних засобів. Згідно з НП(С)БО 7 «Основні засоби», для основних засобів не передбачено встановлення мінімальних корисних строків використання [2]. Це дає змогу господарствам визначати ці строки відповідно до термінів реального використання основних засобів. Таким чином, користувачі облікової інформації можуть реагувати на фактичні проблеми в сфері експлуатації основних засобів.

Процес зрівняння всіх господарств, незалежно від характеру ведення діяльності, спотворює інформацію про реальний стан основних засобів підприємств, оскільки встановлення конкретних мінімальних термінів

експлуатації суттєво скорочує реальні терміни експлуатації виробничого устаткування. Врегулювання цих розбіжностей дасть можливість господарствам ефективніше використовувати ресурси, які вони отримують в результаті використання основних засобів, а в наступному – призведе до швидкого оновлення основних засобів або дооцінки їхньої реальної вартості.

З позиції переваг для контролюючих органів вирішення проблеми узгодження термінів корисного використання основних засобів зменшить кількість консультаційних послуг. Для врегулювання ситуації з обчисленням податку на прибуток підприємств потрібно застосовувати міжнародну практику, а саме запровадити обов'язковий процес переоцінки основних засобів [3].

Процес переоцінки основних засобів забезпечує достовірне відображення інформації у фінансовій звітності для її користувачів, а також дає змогу підприємству реагувати на стан основних засобів, якщо вони беруть безпосередню участь у генерації доходу підприємства. Збереження конкурентного технічного стану та модернізація основних засобів дозволяє підприємству нарощувати грошові потоки, пов'язані з реалізацією виготовлених продуктів.

У результаті дискусійної політики регулюючих органів щодо оподаткування операцій з основними засобами підприємства не використовують метод переоцінки основних засобів для покращення власного фінансового стану.

Зниження податкового тягаря підприємства сприятиме покращенню його фінансового стану шляхом переоцінки основних засобів, пошуку джерел зовнішніх інвестицій, які будуть призводити до зростання масштабів підприємства і його податкового внеску до бюджету в цілому. Запровадження міжнародної практики в українську систему обліку розкриє потенціал підприємств для зовнішніх інвесторів. Враховуючи результати вирішення цих проблем можна зробити висновок, що регулюючі та контролюючі органи можуть ініціювати зміни до ПКУ, які призведуть до потенційного вирішення проблем, пов'язаних з операціями з основними засобами.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-17. Дата оновлення: 01.08.2021. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 31.10.2021).

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. Дата оновлення: 03.11.2020. Режим доступу: www.minfin.gov.ua (дата звернення: 31.10.2021).

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 "Основні засоби". Дата оновлення: 01.01.2012. Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/ laws/ show/929_014 (дата звернення: 31.10.2021).

УДК 657.446

Панасюк І. А.
студент факультету обліку та податкового менеджменту
Науковий керівник: к.е.н, доцент Амбарчян М. С.
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ, ОТРИМАНИХ ЗА КОРДОНОМ

За останні роки все більше людей їдуть за кордон в пошуках роботи. Трудова міграція зростає в зв'язку з нестачею робочих місць, а також труднощами, які виникають у процесі пошуку вакансій з гідною оплатою праці в Україні.

На фоні цього явища все частіше виникає запитання, які доходи з тих, що були отримані за кордоном, повинні декларуватися громадянами України та з яких отриманих доходів і в якому розмірі громадяни повинні сплачувати податки.

У багатьох випадках обов'язок сплати податків покладається на податкового агента платника податків, наприклад, роботодавець як податковий агент утримує податки з зарплати, банк – під час нарахування доходів у вигляді процентів.

Фізичні особи, які є громадянами України та працюють, тимчасово або постійно, в іншій країні, повинні оподатковувати доходи, отримані як в Україні, так і за кордоном. Декларувати свої доходи зобов'язані ті громадяни, щодо доходу яких податковими агентами не утримувалися та не сплачувалися податки.

Платниками податку на доходи фізичних осіб відповідно до п.п. 162.1.1 п. 162.1 ст. 162 Податкового кодексу України (далі – ПКУ) є: фізичні особи – громадяни України, які отримують іноземні доходи; фізична особа – нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні; податковий агент.

Об'єктом оподаткування відповідно до ст. 163 ПКУ є: прибуток, отриманий з джерел за межами України; загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання); іноземні доходи – доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України [1].

Згідно з п.п. 14.1.55 п. 14.1 ст. 14 ПКУ дохід, отриманий з джерел за межами України – це будь-який дохід, отриманий резидентами, у тому числі від будь-яких видів їх діяльності за межами митної території України, включаючи проценти, дивіденди, роялті та будь-які інші види пасивних доходів, спадщину, подарунки, виграші, призи, доходи від

виконання робіт (надання послуг) за цивільно-правовими та трудовими договорами, від надання резидентам в оренду (користування) майна, розташованого за межами України, включаючи рухомий склад транспорту, приписаного до розташованих за межами України портів, доходи від продажу майна, розташованого за межами України, дохід від відчуження інвестиційних активів, у тому числі корпоративних прав, цінних паперів тощо, інші доходи від будь-яких видів діяльності за межами митної території України або територій, непідконтрольних контролюючим органам [1].

Платник податків зобов'язаний вказати іноземні доходи в рядку 10.7 декларації, зазначивши їх розмір, суму податку, країну, яка є джерелом походження доходів, та валюту, у якій такі доходи нараховані.

Суми доходів у податковій декларації зазначаються виключно у національній валюті. Таким чином, доходи, отримані в іноземній валюті, підлягають перерахуванню у гривню за валютним курсом Національного банку України, який діяв на момент нарахування (отримання) таких доходів [2].

В найпоширеніших випадках, іноземні доходи оподатковуються за ставкою 18 %. Водночас, дохід у формі дивідендів підлягає оподаткуванню за ставкою 9%.

Для уникнення подвійного оподаткування доходів, одержаних за кордоном уряд України уклав угоди про уникнення подвійного оподаткування з урядами сімдесяти шести країн світу. Згідно з цими угодами платнику податків надано право зменшити суму податкового зобов'язання в Україні на суму податків, сплачених в країнах, з урядами яких укладено відповідні угоди. Проте, це правило поширюється лише на податки, визначені в угодах. Військовий збір, щодо нарахування та сплати якого міжнародні угоди не укладалися, з іноземних доходів потрібно сплачувати в повному обсязі.

Громадянин України повинен одержати від контролюючого органу країни, з якої отримано дохід, довідку про суму податку, сплаченого у цій країні. Таким чином, платник отримає право на зарахування податків, сплачених за межами України. Для визнання такої довідки на ній необхідно проставити апостиль, здійснити її переклад українською мовою, нотаріально завірити цей переклад і надати ці документи контролюючим органам в Україні [2].

У випадку порушення термінів подачі декларації та/або термінів сплати ПДФО та військового збору, платник податків буде зобов'язаний сплатити два види штрафів. За затримку платежу у вигляді суми податкового зобов'язання до платника податку може бути застосовано штраф у розмірах, визначених ст. 126 ПКУ. Крім того, на суму податкового боргу нараховується пеня.

За неподання або несвоєчасне подання декларації платника податку фізичну особу може бути притягнуто до: адміністративної відповідальності за ст. 164(1) КУпАП, що тягне за собою накладення штрафу у розмірі від трьох до восьми неоподаткованих мінімумів доходів громадян [3]; фінансової відповідальності за п. 120.1 ПКУ , що становить 170 гривень за кожне таке неподання або несвоєчасне подання [1].

Отже, будь-який громадянин України, який офіційно працевлаштований в іншій державі та сплачує податки за кордоном, автоматично не звільняється від оподаткування своїх доходів в Україні. Для зменшення податкового зобов'язання з ПДФО в Україні такому платнику необхідно: по-перше, визначити, чи укладено урядом України угоду про уникнення подвійного оподаткування з урядом країни, в якій здійснювалась трудова діяльність; по-друге, підтвердити факт сплати податків довідкою з контролюючого органу іншої держави.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-17. Дата оновлення: 01.08.2021. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 31.10.2021).

2. Ратушна А., Бережна Т. Отримуєте доходи з-за кордону – подайте податкову декларацію про майновий стан і доходи. Василь Кісіль і Партнери : веб-сайт. Режим доступу: https://vkp.ua/publication/otrimuiete-dokhodi-z-za-kordonu---podayte-podatkovu-deklaratsiyu-pro-maynoviy-stan-i-dokhodi (дата звернення: 31.10.2021).

3. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 №8073-X. Дата оновлення: 01.10.2021. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10 (дата звернення: 31.10.2021).

УДК 338

Пеняк Ю.С.
к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Руденко А.О.
здобувач ОС «Магістр»,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

Сьогодні, в умовах стрімкого розвитку та жорсткої конкуренції, суб'єкти господарювання вимушені постійно оцінювати ефективність ведення діяльності, доцільність використання ресурсів, визначати проблеми і недоліки, проводити пошук можливих резервів для стабілізації і розширення бізнесу. Підґрунтям для досягнення поставлених цілей є належний стан та організація обліково-аналітичного забезпечення підприємства.

Оскільки, результати діяльності характеризують фінансово-економічними показниками, то джерелом інформації, що відображає фінансовий стан, дає можливості розробити гіпотези щодо економічного потенціалу є саме обліково-аналітичні дані. Актуальність даного питання поглиблюється високим ступенем зацікавленості та значною кількістю наукових праць вчених, керуючих менеджерів, всесвітньовідомих лідерів.

Таким чином, належний стан обліково-аналітичного забезпечення є суттєвим критерієм ефективного функціонування сучасних підприємств.

Обліково-аналітичне забезпечення фінансових результатів - це об'єднання облікових та аналітичних методів і процедур в єдиний послідовний безперервний процес, результатом якого є формування інформаційної бази для здійснення контролю та задоволення потреб стейкхолдерів [1].

Облік, аналіз та аудит витрат, доходів і фінансових результатів відображають узагальнену інформацію про результати діяльності та надають комплексну оцінку щодо ефективності її здійснення. Завдяки грамотній організації обліково-аналітичного забезпечення відкриваються можливості виявити резерви зниження собівартості продукції, визначити шляхи оптимізації доходів і витрат, істотно покращити фінансові результати підприємства та підвищити його конкурентоспроможність, раціонально використовувати ресурси та технології. З метою отримання достовірної та повної обліково-аналітичної інформації слід застосовувати сучасні форми, методи і принципи удосконалення системи обліково-аналітичної системи підприємства [2].

Основні етапи обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами конкурентоспроможного підприємств наведено на рисунку 1. На кожному з етапів повинен виконуватись ряд завдань, що забезпечить комплексність та всебічність підходу.

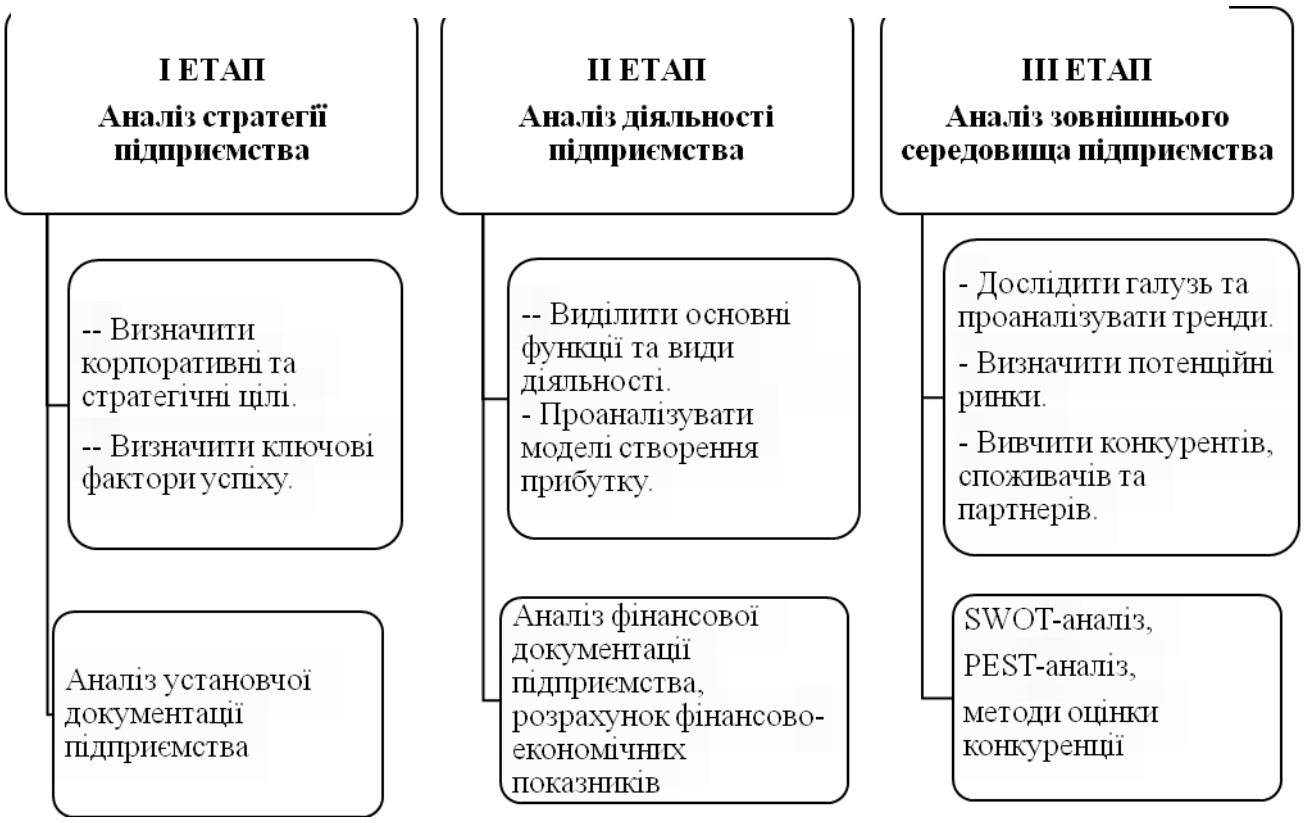


Рис.1. Етапи та завдання обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами

Джерело: сформовано авторами

Послідовність процесу та належне виконання завдань на кожному з етапів, забезпечує об’єктивність та достовірність отриманих даних внутрішнього та зовнішнього середовища.

Система обліково-аналітичного забезпечення підприємства повинна бути сформована і функціонувати у таких напрямах:

- формування системи кількісних показників, які відображають процес управління фінансовими результатами;
- визначення зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на величину отриманого прибутку (збитку);
- розрахунок планових показників прибутку та прибутковості діяльності підприємства в цілому, окремо за підрозділами та видами діяльності;

- збір й обробка даних бухгалтерського, оперативного, статистичного та управлінського обліку;

- забезпечення високої якості отриманої інформації;

- зведення обробленої інформації з використанням сучасного методичного та технічного забезпечення;

- факторний аналіз обсягу та складу прибутку підприємства;

- визначення на основі отриманої інформації резервів зростання прибутку та прибутковості діяльності підприємства [3].

Підвищення ефективності діяльності підприємств неможливе без удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством, зокрема, управління фінансовими результатами.

Отже, удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством базується на використанні сучасних форм, методів і принципів, що ставлять нові вимоги до формування неупередженої, повної, своєчасної, зрозумілої та корисної обліково-аналітичної інформації про діяльність підприємства та його фінансові результати.

Список використаних джерел:

1. Гордієнко Н., Ілляшенко О., Литовченко О. Організація та обліково-аналітичне забезпечення управління результативністю діяльності підприємства // Підприємництво та інновації, 2020.№13. с 24-28.

2. Пеняк Ю.С., Руденко А.О. Підвищення ефективності управління фінансовими результатами підприємства. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти. Ч. 1. Львів: ЛНАУ. 2021. С. 249-251.

3. Гайбура Ю.А. Аналітичний інструментарій управління фінансовими результатами підприємства в умовах кризи. Ефективна економіка. 2021. №5. С. 1-8.

УДК 65.015

Пеняк Ю.С.
к.е.н., доц., доцент кафедри обліку та оподаткування,
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна
Шевченко Д.Ю.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ, РОБІТ ТА ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Актуальність даної теми дослідження зумовлена тим, що успішна організація виробничого процесу в чималому ступені залежить від системи управління промисловим підприємством, розвитку функцій управління, своєчасності і якості прийнятих рішень.

Забезпечення сталого виробництва промислового підприємства гарантує йому стабільність діяльності, підвищення попиту покупців, конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках [1].

Зростання обсягу випуску продукції, як правило, веде до збільшення прибутку підприємства за рахунок пошуку нових клієнтів, ефективного управління витратами, які безпосередньо пов'язані з обсягом виробництва і продажів готової продукції, впливає на кількість одержуваного прибутку.

Підвищення ефективності процесу виробництва - це один з найважливіших економічних важелів, за рахунок якого зміни відбудуться не тільки в системі управління виробництвом, а й в системі внутрішньогосподарського планування і контролю. Тому розробка заходів щодо підвищення ефективності виробництва є однією з головних задач діяльності промислового підприємства [2].

Розробка стратегії розвитку виробничого процесу пов'язана з дослідженням теоретичних і методичних основ організації виробництва, розробки методичного інструментарію аналізу ефективності виробництва.

Буде доречним зауважити, що за останній час процес виробництва сильно ускладнився. Якщо раніше вироблялися в основному найпростіші продукти користування, то зараз виробництво еволюціонувало до створення складних електронних приладів, комп'ютерів і з кожним днем розвивається ще більше. В процесі виробництва змінюються не тільки технології, способи і вид продукції, що виготовляється, але так само відбувається вдосконалення самої людини як економічного суб'єкта. Все

це несе зміна в систему аналізу і оцінки його розвитку, пошуку причин зміни і розкриття резервів підвищення ефективності[3].

Аналіз виробництва сприяє більш конкретному розумінню суті даного процесу і розглядає його з різних напрямків, використовуючи класифікацію видів виробництва.

Важливим аспектом для цілей управління є аналіз моделі розвитку виробництва на промисловому підприємстві, яке в свою чергу поділяються:

- екстенсивна модель розвитку, яка передбачає кількісний приріст коштів, які вже використовуються в процесі виробництва;
- інтенсивна модель розвитку, спрямована на якісний приріст оновлень засобів виробництва (результат впровадження нових удосконалених технологій, виробництво інноваційних продуктів, нових підходів до управління).

Крім того в процесі аналізу виробничого процесу необхідно враховувати вплив двох протилежних тенденцій організації виробництва, а саме, укрупнення (концентрація) і розукрупнення (деконцентрація). Під концентрацією виробництва розуміється зосередженість виробничих засобів і працівників на великих організаціях [4].

Цей процес робить виробництво більш «дешевим» і збільшуємо масштаби випуску продукції. Однак, твердження про переваги великих підприємств в промислових галузях є невірним. Дрібні підприємства швидше реагують на зміни в технологіях виробництва, швидше відгукуються на ринковий попит, більше економлять на управлінських і інших витратах.

Ефективність виробництва продукції характеризуються ще такими показниками, як матеріально- і енергоємність, трудомісткість і фондомісткість продукції, які є структурними показниками і відображають витрати і ресурси у виробництві конкретних видів продукції, на які не впливають невиробничі чинники і структура продукції, що випускається [5].

Особливе значення для досягнення запланованої ефективності випуску продукції відводиться аналізу виручки. Показник виручки характеризується обсягом продажів в грошовому вимірі, отриманих підприємством від продажу продукції. Виручка служить для визначення прибутку за мінусом виробничих витрат, які підприємство витратило на виробництво продукції.

У висновку слід зазначити, що проблема підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства є однією з основних проблем економіки. Оптимальним рішенням для збільшення економічної ефективності підприємства в цілому повинен стати прогрес в області виробництва. Але так як будь-яка організація є лише складовою частиною економіки в масштабах країни, то для вирішення проблеми в державних

масштабах необхідно кардинальне збільшення ефективності всього суспільного виробництва країни. Для створення дієвого виробничого комплексу слід розробити систему планування і прогнозування виробничої діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сучасні підходи до аналізу ефективності виробництва продукції в управлінні промисловим підприємством // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-analizu-effektivnosti-proizvodstva-produktsii-v-upravlenii-promyshlennym-predpriyatiem
2. Базарнова О.А., Полянин, А.В., Суров-нева, А.А. Три основні моделі в сфері антикризового управління // Вісник Орловського державного університету. Серія: Нові гуманітарні дослідження. 2015. № 5 (46). С. 184-187
3. Литнева Н.А., Парушіна Н.В., Федотов А.М. Сучасні підходи до аналізу ефективності виробництва продукції в управлінні промисловим підприємством // Науковий результат. Економічні дослідження. - Т.3, №3,2017
4. Казакова Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании. М: Финансы и статистика, Инфра-М, 2009. 240 с.
5. Петрова Ю.М. Аналитическая оценка элементов оборотного капитала и их влияния на результат финансовой деятельности // Вестник Орел ГИЭТ. №1(35). 2016. С. 115-122.

УДК 336.63, 65.011.46

Пестовська З.С.
к.е.н., доцент, доцент кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університет імені Альфреда Нобеля

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РАННЬОГО ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА РЕАГУВАННЯ НА КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВ

Для багатьох підприємств характерна проблема неефективного управління ризиками, яка проявляється у зниженні потенціалу розвитку або втілюється у вигляді кризи. З метою своєчасної ідентифікації загроз та вживання превентивних заходів у рамках антикризового управління підприємством доцільно впроваджувати систему раннього попередження та реагування на кризи. Така система є сукупністю інформаційних фільтрів, за допомогою яких вибирається необхідна та достатня інформація для прийняття управлінських рішень та здійснення бізнес-процесів. Своєчасне виявлення симптомів та ознак кризових явищ має бути основою механізму антикризового управління підприємством [1]. Система раннього попередження та реагування використовується для виявлення кризи на ранніх етапах, визначення її причин, узгодженого виконання управлінських рішень та вжиття заходів щодо оптимізації діяльності. Система охоплює всі рівні розвитку кризи, визначаючи основні запобіжні заходи для запобігання кризі на її ранніх стадіях.

Криза проходить певні стадії: зниження рентабельності та обсягів прибутку; збитковість виробництва; виснаження чи відсутність резервних фондів; неплатоспроможність.

Процес розробки системи раннього попередження та кризового реагування відбувається поетапно [1]:

- визначення об'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища, виділених як зони спостереження;
- розпізнавання показників раннього попередження, які можуть свідчити про появу проблем у діяльності підприємства;
- оцінка оптимальних значень показників фінансового стану підприємства та безпечних інтервалів їх зміни;
- формування каналів збору та редагування інформації;
- підготовка та узагальнення результатів моніторингу та створення пропозицій щодо профілактичних заходів на підприємстві.

В системі раннього попередження та реагування основними сигналами до застосування антикризових заходів можуть бути: втрата ринку збуту; банкрутство постачальника; диспропорція між обсягом

виробництва та обсягом збуту; низька якість продукції; диспропорція між ціною продукції та витратами на її виробництво.

Системне антикризове управління (АУ) підприємствами спрямоване на всі без винятку бізнес-процеси:

- у фінансовій сфері АУ передбачає забезпечення платоспроможності на основі управління грошовими потоками та підвищення стійкості підприємства;
- в маркетингу АУ є ефективним на етапі реструктуризації, яка передбачає вдосконалення цінової та асортиментної політики, збуту, логістики, бізнес-планування, пошук нових сфер діяльності;
- антикризове управління персоналом спрямоване на вивчення поведінки персоналу та підвищення ефективності його роботи;
- антикризова інвестиційна політика передбачає визначення інвестиційних пріоритетів, залучення перспективних джерел фінансування;
- антикризове організаційне управління підприємством спрямовано на формування адекватної організаційної структури та системи управління, з урахуванням галузевої специфіки.

Системи раннього попередження можна також розуміти як певний тип інформаційних систем або як частину управлінських інформаційних систем, які мають на меті прогнозування майбутнього розвитку, тенденцій, відповідних подій і небезпеки, що насувається, ризиків в організації, а також інформування або вчасного попередження відповідних керівників. Таким чином керівники виграють час, необхідний для підготовки відповідних профілактичних заходів. Системи раннього попередження надають організаціям час для реагування; дають їм змогу покращити свої позиції на ринку та гнучкість, що сприяє збільшенню загальної вартості організації та підвищенню цінності для акціонерів.

Для ефективного функціонування систем раннього попередження висуваються такі вимоги:

- розпоряджатися відповідними знаннями про ризики, які представляють найбільшу загрозу для організації;
- забезпечити технічний моніторинг та визначення допуску контрольованих індикаторів як попереджувальних сигналів;
- забезпечити звітність та завчасну інформацію для відповідальних керівників;
- розпоряджатися відповідними знаннями та адекватно реагувати на можливості подальших дій та необхідні профілактичні заходи.

Найчастіше для раннього попередження та реагугування на кризи використовуються такі методи та інструменти і навіть цілі системи: фінансовий аналіз; прогнозування банкрутства; управлінський облік; внутрішній контроль; внутрішній аудит; бенчмаркінг; шість сигм; контролінг; збалансована система показників.

Певне поєднання або модифікація цих засобів для одних підприємств є інновацією, а для інших - звичайною справою. Проте можна запропонувати дійсно інноваційний підхід - використання аналізу витрат і вигод (Cost Benefit Analysis, CBA). Для покращення продуктивності систем раннього попередження процедура прийняття рішень повинна ґрунтуватися на очікуваних наслідках вжиття заходів з точки зору ймовірності помилкової та пропущеної тривоги. Інноваційний підхід – у встановленні поріг на основі прийнятної ймовірності помилкових (пропущених) тривог, що базується на аналізі витрат і вигод. Рішення про те, активувати сигнал тривоги чи ні, залежить від прогнозованої серйозності події. Модель прийняття рішень, яка враховує невизначеність прогнозу та наслідки вжиття заходів, буде здатна контролювати та знижувати частоту помилкових і пропущених сповіщень. Система раннього попередження надасть користувачеві прогнозування в реальному часі серйозності події та її помилки. Під час події збільшення доступних даних покращить точність прогнозу. Прогноз і його невизначеність оновлюються в міру надходження нових даних. Фактична серйозність події невідома і може бути визначена шляхом додавання помилки передбачення до прогнозованого значення. Потенційна ймовірність помилкової (пропущеної) тривоги визначається ймовірністю бути меншою (більшою) за критичний поріг. Методологія пропонує ефективний підхід до прийняття рішень в умовах невизначеності, акцентуючи увагу на вимогах користувачів з точки зору надійності та вартості дій [2].

Інформаційна підтримка таких систем сприяє створенню бази знань та формує обізнаність про поточну ситуацію та її аналіз. Раннє виявлення кризи має бути корисним для кожного підприємства. Це ситуація, коли справжню причину кризи можна визначити легше та швидше, наслідки кризи, що розвивається, не відчутні, криза ще не проявляється у фінансовій сфері. Тому необхідно створити ефективну та комплексну діючу систему раннього попередження.

Система раннього попередження та реагування на кризу носить циклічний характер, що обумовлено змінами середовища діяльності підприємства та мінливістю показників. Циклічність управлінських впливів сприятиме ефективному прогнозуванню та запобіганню надзвичайних ситуацій на підприємстві на основі відповідних запобіжних антикризових заходів.

Список використаних джерел

1. Управление рисками в системах нормативного регулирования. Организация Объединенных Наций, Нью Йорк и Женева, 2014 г. Электронный ресурс. Режим доступа: https://cutt.ly/nTsJXzp

2. Buganová K., Lusková M., Hudáková M. Early warning systems in crisis management. Електронний ресурс. Режим доступу: https://cutt.ly/jTsJBSG

Cernisevs.O.
Doctoral Student
Baltic International Academy
Riga, Latvia

ANALYSIS OF THE FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF THE TRANSACTION PRICE IN THE BLOCKCHAIN

Abstract

The purpose of this article is to analyze the life cycle of transactions in the blockchain and determine the factors that have a significant impact on the formation of the transaction price in the Blockchain. Also, the author set a goal to assess the prospects for using transactions in the Blockchain, given its competition with "traditional" payment systems.

Keywords: Electronic money, crypto assets, distributed ledger, tokens, coins, crypto currencies, fiat money

1 Introduction

The digitalization of the economy has become the most visible change in society and the economy in the past 10 years. The digitalization of production and distribution has gradually spread to all sectors of the global economy. Digital financial services an integral part of digitalization(Ali 2020).

Bitcoin and other crypto assets have become the most visible signs of the digitalization of financial services.

What is Bitcoin? If simplify a complex scientific and mathematical model, Bitcoin can be thought of as a large crossword puzzle. Where in certain blocks the numbers are connected and form the same amount. Moreover, the size of this "matrix" is so large that only a special program that uses impressive computer resources can calculate such a "crossword puzzle". As a result, Bitcoin is one solved "crossword puzzle". At the same time, there is a condition that some blocks in each next Bitcoin cannot be repeated with any of the previously issued ones. Taking this condition into account, mathematically, it turned out that the number of Bitcoin that can be issued is limited to 21 million bitcoins. More than 21,000,000 bitcoins cannot be issued due to a mathematical limitation.

The creation of just one Bitcoin would be a very interesting invention, but if it ended there, it would not have had such a weight in changing the model of how

financial services work, since it would remain an interesting hypothesis among cryptographers and mathematicians.

The author of Bitcoin set out to not only solve the cryptographic task of creating Bitcoin, but also to provide the possibility of settlements, i.e. moving Bitcoin from a buyer to a seller of a product or service.

The author considers it necessary to formulate why the ability to move Bitcoin from buyer to seller was a task for which the creator of Bitcoin needed to find a solution.

In the early 21st century, finance and payments were dominated by technology from the late 20th century, when a financial transaction still required the use of a bank's payment promise system.

The author considers it necessary to note one important aspect of "traditional" payment systems - the formation of the payment price. The payment price was influenced by the costs associated with it, and since the demand for payments is not elastic, the cost of payments was usually formed by commercial banks at the expense of the sum of all payment costs + the Bank's margin. If the payment went through a chain of banks, then each bank in the chain took its own commission for processing it. Thus, the payment price became quite impressive.

Let's highlight the following problems of payment systems that existed in 2007, which became prerequisites for the development of a new payment system based on bitcoin:

- The speed of payments execution was measured in days
- The wire of the payment was not a transparent procedure, and even the sender Bank itself did not understand at what stage and where the payment initiated by him is now, which has a direct impact:
    - The accuracy of the information about the payment (whether it was made or not)
    - On the reliability of information about the amount received, since the payment went through the chain by the bank and due to the commission charged, the amount that the client received could differ from the amount sent by the sender.
- High cost of payment, which did not depend in any way on the amount of the transfer
- In case it was necessary to make a transatlantic translation, there was always a problem with a time difference - which undoubtedly lengthened the speed of passage for such transfers.

2 Blockchain

Considering the above, the Bitcoin author(s) decided to create a decentralized automated payment system in order to be able to pay with Bitcoin. This system was called blockchain.

The name was formed from two English words - block - block and chain - chain (chain), that is, it meant - a chain of blocks. The invention consisted in the fact that each operation (with parameters, sender, recipient, links to a specific Bitcoin and an indication of its part (for example, cents are part of Euro)) as a block in a worldwide network, where this block was inextricably linked with other blocks in the network. This relationship is supported by complex mathematical tests. Accordingly, when, for example, one person sends some part of Bitcoin to another person, it simply adds a new block to the general list of other blocks.

The Blockchain system is built as a decentralized system. In the event that settlements are made through one center - as, for example, in the case of payments through the Central Bank - such a system was called centralized. Accordingly, if there is no such center, then the system is called decentralized. In practice, this means that there is not one, but several transaction processing centers - and anyone can become such a center. For the operation of the center - which is called - Node (Node), it is necessary that it keeps a complete copy of all blocks (transactions) that have ever passed through the blockchain system. Thus, distributed storage of this data is achieved - and even if several Nodes cease to exist for any reason, the blocks will not disappear from the network, since they are all in any other existing Node.

Accordingly, any user can see any operation in the Blockchain at any time, thereby achieving transparency. And decentralization avoids the influence of any Node owner on pricing or monopolization of the system.

Now, in order to understand how Bitcoin travels anonymously across the Blockchain network, it is necessary to consider how it is stored. As an author already considered earlier - Bitcoin is essentially a solved mathematical problem (crossword puzzle) that exists in electronic form. Accordingly, Bitcoin must be stored electronically. To store it, you need a special program - which is called a wallet (Wallet). These wallets can be located, for example, on removable media - and then such a wallet is called cold. I mean, not that it does not heat up, but that such bitcoin cannot be quickly used for payment or other operation. If the wallet is online or installed on a mobile phone or computer, which wallet is called hot. Wallets are distinguished by their unique numbers - also called - addresses.

Now, it is necessary to describe one more postulate that the Bitcoin author(s) defined for himself - about anonymity. The anonymity of operations is determined by the list of data located in the block. For this, the author(s) of the Blockchain offered to identify the sender and it turns out that only their wallet numbers are indicated in the block.

Thus, by analyzing the information in the Blockchain, it is possible to accurately trace the path of bitcoin from its origin and further along the entire chain of its use, while all we will know is from which wallet the bitcoin was transferred.

There is another aspect that the author not yet touched upon, but it is important for further description. The accuracy of bitcoin is 10^{-8}, which means that the amounts in bitcoin are 8 characters after the decimal point. If several well-established names for parts of bitcoin - 1/1000 bitcoin - are usually called - millibitcoin. The smallest part - 1 / 100,000,000 - is called satoshi in honor of the creator. Although, it should be noted that the author(s) in his document, published in 2007, called them - cents.

3 How to send Bitcoin to blockchain

To send Bitcoin, you need to have a wallet (Wallet) with some amount of Bitcoin placed on it.

Next, you need to ask the recipient for his address for transferring bitcoin. If the recipient is not far away and his Wallet supports the formation of a QR code, then it can be read and thus further it will be necessary to indicate the transfer amount. If the QR code is not available, then you must enter the full address (a long string of characters).

It should be noted here that the transaction is subject to a fee for transferring Bitcoin in the Blockchain system, which is paid by the sender. The amount of commission varies and depends on many factors. The sender must agree to the calculated commission before submitting the payment.

After confirmation of the payment, it enters the blockchain system and cannot be canceled or modified further. This is a significant difference from existing payment systems, where the sender has the opportunity to request a cancellation or change in the payment.

Blockchain Payment Fee

The author in this manuscript sets himself the goal of identifying the factors that affect the price of a transaction to transfer Bitcoin to Blockchain. In order to start analyzing the factors affecting the transaction price, it is necessary to understand how the transaction proceeds and determine the factors potentially affecting the pricing of the transaction fee, which will then be checked for their influence on the transaction fee.

4 Blockchain participants

Above, the author has already mentioned that Blockchain consists of blocks. A block is a software structure that contains a number of transactions. These blocks are combined into chains - which, in fact, is the blockchain. In order to avoid possible falsification of blocks, an electronic signature is calculated for each block - a hash (Wang et al. 2019), using cryptographic signature methods. To calculate the electronic signature of a block, information from transactions contained in it, electronic signatures of the previous block is used. Since the calculation of electronic signatures of blocks occurs in parallel by various participants in the system, the system can branch, i.e. the same block can be specified as the previous one in the calculation of electronic signatures (hash).

The process of calculating electronic signatures of blocks is carried out on computer facilities by - miners. Which can be represented by individuals, legal entities or groups, including both individuals and legal entities.

Usually, it is the miners who keep the entire copy of the blockchain at their facilities, which form the processing node - Node. The mining process also allows new bitcoins to be calculated within a new block (receiving them for each verified block). But for this manuscript, that part of their work, which is associated with the inclusion of transactions in a block and the formation of a block signature - a hash, is subject to research.

Since miners process all transactions for moving bitcoins on the blockchain, they are provided with a reward for this work - which forms the transaction fee. Thus, the miners are the recipients of the transaction fee on the blockchain, collecting payment for the transactions that they confirm.

5 Procedure for calculating commissions

In accordance with the protocol developed by the creators of the blockchain - transaction fees are calculated in the smallest parts of bitcoin - satoshi.

The commission is calculated as the number of satoshi per 1 byte of the transaction. In this case, the transaction must be translated into bytes. (Kochergin and Yangirova 2019)

According to the official protocol description (Piotr Narewski 2016), a Bitcoin transaction consists of:

- Version (4 Bytes)
- TxIn Count (1 ~ 9B)
- For each TxIn:
    - Outpoint (36B)
    - Script Length (1 ~ 9B)
    - ScriptSig (?)
    - Sequence (4B)
- TxOut Count (1 ~ 9B)
- For each TxOut:
    - Value (8B)
    - Script Length (1 ~ 9B) *
    - Script (?) *
- LockTime (4B)

Assuming a standard P2SH / P2PKH transaction is generated, the Script Length marked with an asterisk will be 1 byte since it is encoded as a variable integer; while the size of the Script marked with an asterisk will be 24 bytes since it will only contain the hash of the Script (s).

Thus, the author believes that the maximum size of each output (TxOut) is 34 bytes if the payment is made to the P2SH / P2PKH address, since there are 4 opcodes in each output script.

Assuming P2PKH outputs are used as inputs (TxIn), the ScriptSig (consisting of a 72-byte DER-encoded transaction signature + a 33-byte public key) will be 146 bytes in size, and the script will only be 1 byte in length, since ScriptSig size is less than 0xFD.

Considering the above, the following formula is used to translate a transaction into bytes:

$$Bytes = 146 * number\ of\ in\ transactions + 33 * number\ of\ out\ transations + 10$$

Since the blockchain system does not store the current balance for each user's wallet, but stores all transactions on it, then if the wallet user transfers 1.5 bitcoins, which he received by 5 transactions, for example: 0.2 + 0.3 + 0.1 + 0.1 + 1.4, then the number of entries for this transaction will be 5. Moreover, since

these transactions can be sent in the same way as they were received, then to send 1.5 bitcoins, you will need to send all 5 and get back the "change" as the difference between these 5 transactions and the amount sent. For this example, change is = 0.2 + 0.3 + 0.1 + 0.1 + 1.4 - 1.5 = 0.6

Accordingly, in the above example, the number of outputs will be 6 (number of inputs + change)

Thus, if the user then wants to send 0.6 bitcoin after that, then the incoming transaction will be - 1 (the one that he received as change) and the outgoing transaction will also be one, since there is no change on it (the user sent everything he received).

6 Transaction lifecycle

The first stage of the transaction is validation checking - compliance with payment parameters and transaction standards. Nodes - the computers that produce the blocks check the entire history of the bitcoin transactions of the bitcoin sender. After the transaction is recognized as valid, it is included in the mempool, that is, in the queue for transactions and waits for its miner - the user, who packs it into a block. At this time, the transaction is not yet considered complete. The signal to conduct a transaction is sent only when the miner packs the transaction into a block. And the packing speed depends on the size of the commission, since the miner can and processes transactions with a higher commission faster than with a lower one. This means that miners from the mempool choose transactions with a higher commission first, and then with a lower commission.

The second stage of the transaction is packing the transaction into a block. Transactions are combined into single blocks and checked every 10 minutes using a mining operation. Until the transaction is included in the block, the system considers that the amount of bitcoins at a certain address remains unchanged. At this time, it is technically possible to execute several different transactions for the transfer of the same bitcoins from one address to different recipients. But as soon as one of such transactions is included in the block, the system will already ignore the rest of the transactions with the same bitcoins. For example, if a later transaction is included in the block, the earlier one will be considered erroneous. There is a small chance that during a fork, two such transactions will end up in blocks of different branches. Each of them will be considered correct, only when the branch dies out, one of the transactions will be considered erroneous. In this case, the time of the operation will not matter.

The third stage of the transaction is confirmation. A transaction entering a block is a confirmation of its authenticity, regardless of the presence of other transactions with the same bitcoins. Each new block is considered an additional "confirmation" of transactions from the previous blocks. If there are 3 blocks in the chain, then transactions from the last block will be confirmed 1 time, and those placed in the first block will have 3 confirmations. It is enough to wait for several confirmations to make the probability of the transaction canceled very low.

Factors affecting the commission

Based on the above, the author believes that the transaction fee is formed by market principles. But also based on the above, the author puts forward the following hypotheses on the presence of factors affecting the transaction fee:

- Since miners have the ability to choose transactions with a higher commission - hypothesis - the commission depends on the network load, which is clearly manifested by the size of the mempool.
- Hypothesis - the commission depends on the amount of all transactions in bitcoin per day
- Hypothesis - the commission depends on the number of transactions per day
- Hypothesis - the commission depends on the volume of exchange trading. Bitcoin trading volume shows how many bitcoins are bought and sold on specific exchanges. High trading volumes are likely to drive more activity on the network, such as when people deposit and withdraw funds.
- Hypothesis - the commission depends on the density of transactions in the block, since the greater the demand for transactions, the block density will increase

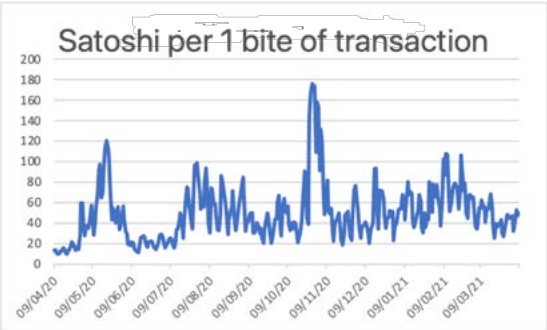
For calculations, the data published on the website are used. https://www.blockchain.com/charts#currency. For the analysis, the data was used for the period from 09/04/2020 to 08/04/21 - a total of 364 observations for each factor corresponding to the hypotheses put forward above.

Chart 1 shows the total commission for all Bitcoin transactions on the blockchain network. This information is presented on the blockchain.info website as an aggregation of data from the open blockchain. In order to be able to analyze the factors affecting the formation of this commission, it is necessary to exclude the

influence of the volume of transactions on this data. To do this, using the formula for converting transactions to bytes, we calculate the commission rate by day (for a selected period of time) to one transaction byte:

$$x = \frac{\text{К} * 100000000}{\frac{Q}{Tb} * \text{Smb} * 1024 * 1024}$$

Where
x - Commission in satoshi for 1 byte of the transaction
K - commission for each day of the sample
Q - the number of transactions per sample day
Tb - Transactions for 1 block
Smb - One block average size in Mb



This calculated distribution of the commission per 1 byte in the selected period is the initial one for the correlation analysis and forms a list of Y values.

To test the hypotheses put forward by the author, a correlation analysis will be carried out according to several factors available for analysis on the Internet page - blockchain.com

- X1 - The size of the mempool (a list of transactions waiting to be packed into a block) - on the site metric - The number of Mempool transactions
- X2 - The sum of all transactions in bitcoin per day - on the site metric - Estimated transaction value (BTC)
- X3 - Number of transactions per day - on the site metric - Confirmed transactions per day
- X4 - Exchange trade volume - on the website metric - Exchange trade volume (USD)
- X5 - Density of transactions in the block - on the site metric - Average number of transactions per block

The result of the correlation analysis is as follows:

	Y	*X1*	*X2*	*X3*	*X4*	*X5*
Y	1					
	0.742522					
X1	86	1				
X2	0.323359	0.107525	1			

	07	39				
	0.112012	0.041677	0.555713			
X3	32	82	92	1		
	0.315700	0.262926	0.427839	0.293736		
X4	9	14	41	79	1	
	0.592592	0.416745	0.506008	0.512473	0.287390	
X5	82	59	93	29	7	1

As can be seen from the results of the correlation analysis *r* for X2 and X4 = 0.32 and for X3 = 0.11, respectively, the correlation of X2, X3, X4 with Y is weak and the hypotheses that the formation of the transaction fee is influenced by:

- The sum of all transactions in bitcoin per day
- Number of transactions per day
- Exchange trading volume

are not confirmed.

In turn, *r* for X1 = 0.74, which indicates that the size of the mempool significantly affects the size of the commission.

And also *r* for X5 = 0.59 which means that the value of the commission also depends to some extent on the density of transactions in the block

Accordingly, further regression analysis will be carried out between Y, X1 and X5

Regression analysis

The regression analysis was performed using the EXCEL software product using two factors.

Regression statistics	
Multiple R	0.80523271
R-square	0.64839971
Normalized R-square	0.64645179
Standard error	16.6610037
Observations	364

As follows from the calculated regression statistics, the calculated correlation coefficient is 0.81, which indicates a significant correlation between the commission for transferring Bitcoin on the blockchain network by the two

selected factors: the average number of transactions in the mempool waiting to be processed and the average number of transactions “packed” into one block.

The calculated coefficient of determination of 0.65 indicates an acceptable accuracy of the approximation.

Analysis of variance

	df	*SS*	*MS*	*F*	*Significance of F*
Regression	2	184800.49	92400.2448	332.867046	1.1531E-82
Remainder	361	100209,645	277.589043		
Total	363	285,010,134			

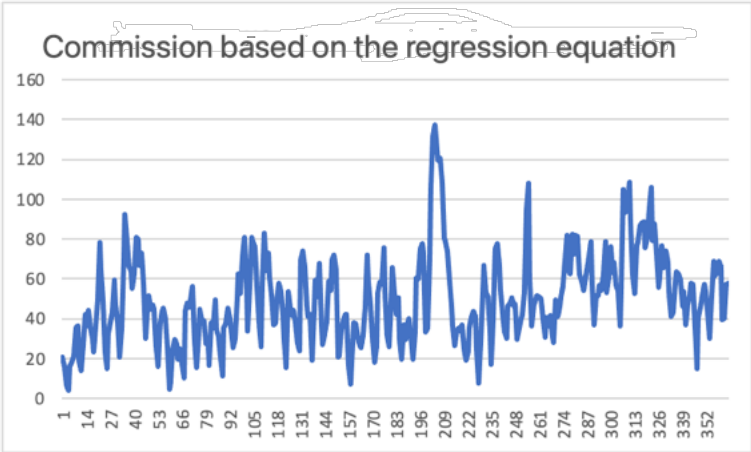
Calculated Fisher's test (F) = 332.87

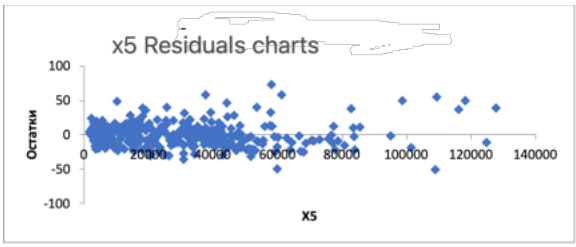
For α = 0.05, in accordance with the tables (the number of degrees of freedom v1 = 2 (two factors) with the number of degrees of freedom v2 = 1) the boundary value of the Fisher criterion = 200. Since the calculated value is greater than the boundary value, the calculated regression equation is acceptable.

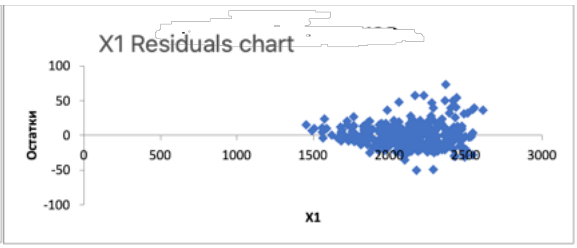
	Odds	*Standard error*	*t-statistics*	*P-Value*	*Bottom 95%*	*Top 95%*	*Bottom 95.0%*	*Top 95.0%*
Y-intersection	-60.740249	8.65453052	-7.0183182	1.1176E-11	-77.759877	-43.720621	-77.759877	-43.720621
X1	0.04222717	0.0042335	9.97453479	7.4121E-21	0.03390176	0.05055259	0.03390176	0.05055259
X5	0.00070567	4.0398E-05	17.4678708	5,876E-50	0.00062623	0.00078512	0.00062623	0.00078512

Regression equation

$$Y = -60{,}740249 + 0{,}04222717 * X1 + 0{,}00070567 * X5$$







Plotting residuals further indicates that there is no cross-correlation between factors.

7 Conclusion

As follows from the above analysis, the commission for sending bitcoin via the blockchain depends on the average number of transactions in the mempool and the average number of transactions in the block.

The above factors are directly related to the number of miners connected to the network. Since the more miners in the network, the less the number of transactions in the mempool, since they would be quickly sorted out by the miners for processing. The average number of transactions in a block says the same thing.

Accordingly, only the number of miners affects the amount of the commission, and other market factors do not affect the commission.

Considering the above, as well as the fact that the complexity of the calculations is constantly increasing, there is a possibility that the number of miners will decrease, in view of the decrease in the profitability of this activity. With a decrease in the number of miners, the number of transactions in the mempool

will increase and, accordingly, the transaction fee will increase. Since the commission is not related to either the volume of transactions or the volume of large transactions (as it was revealed in the framework of the correlation analysis), the profitability of using Blockchain will be less than that of traditional payment systems.

The lack of a direct connection between the commission in the blockchain and market factors, such as the number of transactions, their average amount and the volume of transactions, suggests that in the current implementation of charging a commission when it is carried out in the blockchain, this technology is far behind the existing payment systems. This will be a prerequisite for the fact that transactions with crypto assets will be concentrated within one organization without displaying transactions in the Blockchain - for example, processing transactions with crypto assets within the framework of crypto exchange exchanges without displaying these transactions in the blockchain.

References

Ali, Muhammad Mahboob. 2020. "Digitization of the Emerging Economy: An Exploratory and Explanatory Case Study." *Journal of Governance and Regulation* 9 (4). https://doi.org/10.22495/jgrv9i4art2.

Kochergin, D. A., and A. I. Yangirova. 2019. "Central Bank Digital Currencies: Key Characteristics and Directions of Influence on Monetary and Credit and Payment Systems." *Finance: Theory and Practice* 23 (4). https://doi.org/10.26794/2587-5671-2019-23-4-80-98.

Piotr Narewski. 2016. "Protocol Documentation." En.Bitcoin.It. August 25, 2016. https://en.bitcoin.it/wiki/Protocol_documentation#tx.

Wang, Junyao, Shenling Wang, Junqi Guo, Yanchang Du, Shaochi Cheng, and Xiangyang Li. 2019. "A Summary of Research on Blockchain in the Field of Intellectual Property." *Procedia Computer Science* 147 (January): 191–97. https://doi.org/10.1016/J.PROCS.2019.01.220.

Троян В. І.,
доктор філософії з управління та адміністрування,
асистент, Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
Моісеєнко К. Є.
студентка, Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економічний аналіз відіграє важливу роль в оцінці ефективності економічної діяльності та пошуку шляхів її покращення. Будь-яка підприємницька діяльність вимагає постійного моніторингу її розвитку, аналізу процесів під впливом компаній у сучасних економічних умовах. Суть проблеми полягає в тому, що більшість підприємців, які стикаються з перешкодами, не замислюються про необхідність та важливість економічного аналізу. Компанії не мають фахівців, які зможуть проаналізувати основні показники діяльності компанії і водночас розробити рішення кризових ситуацій.

Сьогодні більшість економістів та науковців займаються роллю економічного аналізу. Серед них можна виділити таких економістів та науковців, як В.М. Івахненко, В.О. Мец, Є.В. Мних, В.І. Захарченко, А.Ф. Павленко та інші. Усі вони приділяють особливу увагу теоретичному підходу до вирішення проблем, оскільки можуть залучити підприємців до розробки методології економічного аналізу та її практичної реалізації [1].

Метою статті є визначення ролі економічного аналізу в сучасних економічних умовах України, визначення методів і засобів боротьби з кризовими явищами в компанії.

Процеси трансформації мали найбільший вплив на економічні перетворення. Однак ринкова трансформація національної економіки є суперечливою і часто спотворюється з ряду об’єктивних та суб’єктивних причин. Головне, що з одного боку, відсутність такого досвіду з переходом на ринок за тих самих початкових умов, що і в Україні, а, з іншого боку – особливий менталітет, що визначає суспільний розвиток країни. Це призвело до того, що жодна з моделей ринкової реформи у світі, жодна урядова програма прискореної ринкової трансформації в Україні не була повністю реалізована [2].

Економічний аналіз необхідний на всіх фазах бізнесу: від способу ведення бізнесу до фази його функціонування, яка передує принципам фази аналізу. І багато альтернатив прийняття стратегічних рішень, створених у процесі аналізу, вимагають забезпечення конкурентних

переваг досліджуваного об’єкта та його довгострокової рентабельності. Економічний аналіз застосовується до всіх сфер бізнесу.

Враховуючи необхідність постійного вдосконалення управління шляхом впровадження наукових інновацій, пріоритетним завданням є досягнення належного рівня організації економічного аналізу з урахуванням важливості функцій управління для запобігання негативних фінансових результатів.

Необхідність та ефективність економічного аналізу залежать від багатьох факторів. На діяльність компанії впливає багато факторів, як зовнішніх, так і внутрішніх.

До зовнішніх факторів належать виробничі ресурси (матеріали, праця, технологічні системи), політична стабільність, ефективні системи державного регулювання економічних процесів, а також ефективна реалізація відповідної національної програми тощо. Це фактори, які зараз гальмують економічний прогрес та ділову активність в Україні.

Внутрішніми факторами є раціональність організаційної та управлінської структури компанії, висока конкурентоспроможність виробничих технологій, високий рівень організації та виробничої культури, національна виробнича та маркетингова політика, ефективність виробництва та управління фінансами тощо [3].

Вплив цих та інших факторів, а також оцінка кризової ситуації в економіці України вимагає розробки ефективних антикризових заходів, що забезпечать стійкий фінансово-економічний розвиток. Цей процес вимагає комплексного аналізу економічних показників компанії, а також єдиних напрямків і напрямків діяльності:

- маркетинговий аналіз;
- аналіз стратегії господарюючого суб’єкта;
- аналіз та оцінка стійкості до змін економічних показників для розробки бізнес-стратегій і тактик;
- альтернативна основа для аналітичного дослідження;
- виявлення та оцінка ризиків підприємства [4].

В економічному аналізі основну увагу слід приділяти пошуку резервів підвищення ефективності посередника за допомогою більш докладного аналізу ключових показників ефективності.

У нинішній ситуації України, роль економічного аналізу явно зростає, враховуючи контекст кризи в цій сфері, де опосередкований комплексний економічний аналіз може виявити причини кризи, розробити і прийняти можливі рішення. Сучасний економічний аналіз дає можливість впровадити систему читання аналізу ключових показників компанії, але недоліком є те, що практика економічного аналізу не отримала широкого поширення в Україні.

Економічний аналіз як завершальна фаза економічної роботи в компанії всебічно охоплює всі інші елементи цієї роботи і є надійним інструментом економічного обґрунтування управлінських рішень.

Список використаної літератури

1. Мних Є. В. Економічний аналіз у системі антикризового управління підприємством // Бухгалтерський облік і аудит. - № 6. – 2007.- С. 33- 37
2. Агапова А. Економічний аналіз в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання // Економічний аналіз. - №5. – 2010. – С. 44-47.
3. Бажовська Г., Попович П. Роль економічного аналізу у підвищенні ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах // Економічний аналіз. - №4. – 2009. – С. 158-161.
4. Цигилик І.І. Економічний аналіз - основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - №7. - С. 90-96.

UDC 004.43

Fedorenko S. I.
Student of ESI "Karazin Banking Institute"
of V.N.Karazin Kharkiv National University

Language Advisor
PhD in Ed. Semenchenko T.O.

HOW TO DESIGN APPLICATIONS FOR MOBILE DEVICES

A few years ago, one thing performed one function: Math was done with a calculator, mind training was down to special cards, English learning was guided by a teacher, and so on. When people started making devices with different programmed functions the world changed. Today every user can calculate the largest formula and listen to music from one device. It works easily: one developer makes an empty phone with a starter app and other developers make "Addons" for users, and the user downloads what is needed. The phone is a very powerful multitool and everybody can upgrade it. Now we will consider how to make a basic app for Android and IOS step by step.

The first step is an idea: here we need to plan how our app looks and works. For example, we must make a trainer for the brain, trainers for memory, attention, and speed. Name it "Brain Evolution". We make a launch menu with trainers and statistics of training. Main structure: we have the main menu where is drawn a list of trainers for all categories -> User selects trainer and loads the next screen where User is trained, after training User can see score points and statistics in the main menu. The design will be in a flat style, it's easy and looks good.

The second step is the app engine: the engine is a platform with tools to create an app. Today we know 4 popular solutions: XCode, Android Studio, Unity3D and a custom engine. We haven't a big team to make our engine and we choose from three options:

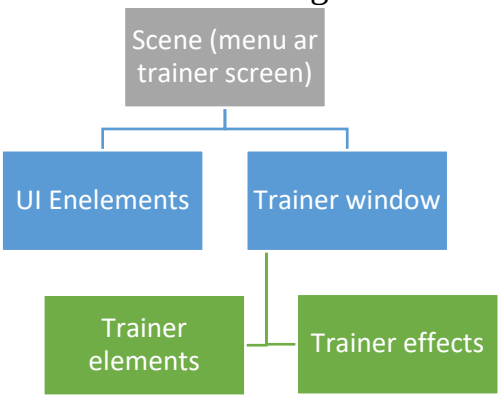
a) In XCode a developer can make a battery-friendly and high-performance app. But XCode builds projects only for IOS and OSX.

b) Android Studio is like XCode but built only for Android.

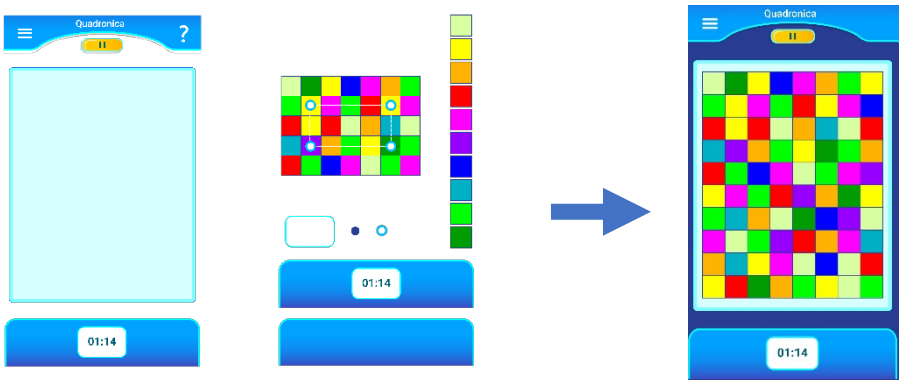
c) Unity3D is a game engine and it has a specific architecture for game making which makes it more battery consuming, but Unity has tools to build one project for any platform [see the engine icons below].

Since we have no team to make the same projects on different engines, we choose Unity3D, battery consumption is not important for us.

The third step is programming: we use language C# and OOP style (Object-oriented programming). Main hierarchy of objects [see the scheme]. It allows to see what things we can develop once and apply to other elements afterward regularly. For example, we understand that users can back to the menu from all trainers and we can make "BackScript" once and use it on all screens. In the future hierarchy will be easier for orientation in the project. We will consider the process of game objects creation on the example of Quadronica (mini trainer for attention development). There is a grid with cells of different colors, a user must make a big quad by selecting points in the same color cells, next a grid is regenerated. So, we have two objects, grid field and cell. FieldScript, on start game, generates from cells a new grid according to special rules: if in row and column we have cells of the same color so new cells must have this color. CellScript, when clicked, sends a message to FieldScript about the click, and with 2 or 4 cells selected, FieldScript will check for compliance with the rules and give points for a correctly selected square of the same color [if the corners of the square formed by 2 or 4 dots have the same color, then we add points].

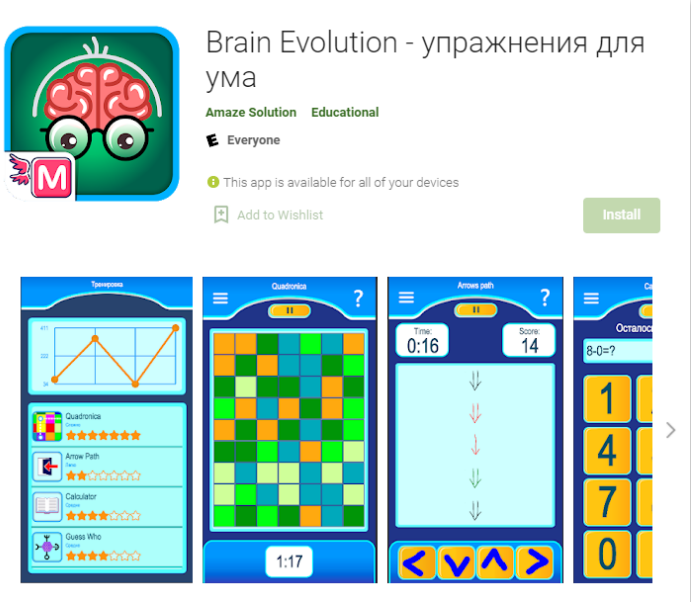


The fourth step is designing. A script prototype has been created and now it is necessary to make the design. For a flat style, we use vector editor, for now, we have three vector editors: Adobe Illustrator (AI), Corel Draw, and Figma. Corel Draw is in history and nobody uses this, AI has some problems with cross-version importing, and file formatting is not comfortable for all size teams, Figma is a web service and you can share the project via a link. We choose Figma. For the ended design we must import to the engine, which is easy and we skip this step.



The fifth step is testing: before uploading our app, we need to fix all bugs in projects. We just need to play and do not standard actions for crashing out the app, next we must fix these problems. It is carried out by a few iterations and then the app can be published.

The last step is uploading (for example on Google Play). We build our projects to .aab file (it is like .apk) and enter SEO-optimized information of our app: Name, Images, Descriptions. So, we have made our app for mobile phones [see below].



References:

1. Trainer in Google Play (beta-version). – Available online at https://play.google.com/store/apps/details?id=com.AmazeSolution.BrainEvolution&hl=en&gl=US

УДК 339.138

Чхеайло А.А.
к.філос.н, доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені Каразіна

Корсунський Р.М.
студент, 2 курс, другий (магістерський) рівень вищої освіти
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені Каразіна

ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

Для підприємства однією з основних запорук успіху є формування оптимальної продуктової стратегії, яка б відповідала ситуації на ринку, задовольняла потреби споживачів, сприяла найефективнішому використанню підприємством технологічних, фінансових та інших ресурсів для реалізації продукції з низькими витратами та забезпечувала отримання бажаного прибутку.

Дослідженню особливостей формування та розвитку продуктової стратегії підприємства приділили значну увагу такі вчені як: В.В. Апопій, Т.В. Багрій, Л.В. Балабанова, Є.О. Діденко, С. М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш, Ф. Котлер та ін.

Продуктова стратегія підприємства – це усвідомлений спосіб виведення на ринок асортименту товарів чи послуг, які найбільшою мірою відповідають потребам споживачів цільового ринку і є конкурентоспроможними [2, с. 82].

Основними характеристиками або показниками продуктової стратегії, які виділяють практично всі автори, можна назвати:

- широта продуктової стратегії – характеризується числом асортиментних груп товарів, наявних у продажу;
- повнота продуктової стратегії – характеризується числом підвидів одного виду товару, наявних в організації або тих, що випускаються в області;
- глибина продуктової стратегії характеризує наявність різновидів одного виду товарів, наявних в організації або тих, що випускаються в області;
- структура продуктової стратегії – це кількісне співвідношення груп, підгруп, видів, найменувань окремих товарів у загальному обсязі товарів;
- оновлення продуктової стратегії – це заміна наявних товарів новими з кращими споживчими властивостями, які найбільше повно задовольняють потреби споживачів [1].

Формування продуктової стратегії пов'язане з визначенням цілей, засобів і методів, за допомогою яких цілі можуть бути реалізовані та проводиться в два етапи. На першому етапі аналізуються усі існуючі товари та послуги, які присутні в арсеналі організації на даний момент, визначається рівень збуту, розмір витрат на виробництво та рівень рентабельності.

На другому етапі розробляється стратегія розвитку асортименту товарів чи послуг, розглядається доцільність оптимізації, розширення чи внесення змін в процес виробництва.

Для ефективної розроби продуктової стратегії необхідно вибудувати ієрархію цілей, оскільки від цього у подальшому буде залежати формування цілей інших елементів комплексу маркетингу.

У відповідності до маркетингових цілей стратегія розвитку підприємства має бути спрямована на збільшення прибутку через задоволення потреб споживачів. Вказану ціль можливо досягти через збільшення обсягів продаж товарів та зниження витрат на їх виробництво.

Окрім того, для зручності побудови ефективної продуктової стратегії цілі необхідно конкретизувати, подальша деталізація цілей призводить до розробки більш вузьких цілей. Для збільшення обсягів продажу можна збільшити кількість споживачів та кількість проданих продуктів, покращити якість продукту, модифікувати його, розширити сегмент ринку для реалізації товару, активно проводити рекламну компанію, розробити та впровадити на ринок нові товари та послуги.

Обрання поставлених цілей дає можливість приступити до розробки продуктової стратегії підприємства. Відповідно до поставлених цілей відбувається розподіл задач та ресурсів. Слід пам'ятати, що не завжди цілі нижнього рівня є рівнозначними для досягнення цілей вищого порядку. Враховуючи обмеженість ресурсів, необхідно враховувати нерівнозначність цілей та ранжувати їх у відповідності з такими критеріями:

- значимість для досягнення вищої цілі;
- складність у досягненні;
- обсяг ресурсів, які необхідні для реалізації.

Оцінивши кожну ціль за вказаними критеріями та узагальнивши ці дані, можна розрахувати інтегральний показник відповідності цілі обраним критеріям. Взявши до уваги ці показники можна визначити найбільш ефективні шляхи реалізації продуктової стратегії підприємства.

Отже, формування та розвиток продуктової стратегії є одним з найголовніших напрямків діяльності підприємства, який набуває особливого значення в сучасних умовах. Правильна постановка цілей при її розробці дозволить обрати пріоритетні напрямки розвитку товарного асортименту, ефективно використовувати ресурсну базу, що у подальшому

позитивно вплине на формування цінової, комунікаційної та збутової стратегії як елементів комплексу маркетингу.

Список використаної літератури

1. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М. : Эксмо, 2011. 689 с.

2. Маркетинг. Навчальний посібник. За заг.ред. проф. А. О. Старостіної. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

УДК: 657.37: 316.3

Штик Ю.В.
к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнес-технологій
Національний авіаційний університет, м. Київ
Миронович Є.О.
ЗВО 4 курсу
Національний авіаційний університет, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЗВІТНОСТІ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Євроінтеграція України допомогла розкрити для українських суб'єктів підприємницької діяльності нові можливості для залучення інвестицій. Підприємцям необхідно розглядати новітні методи та взаємозв'язок зі всіма учасниками, які працюють на ринку капіталів. Аналіз інтегрованих звітів, що залишаються актуальними, спонукає до необхідності оцінювати якість інформаційних ресурсів, які оприлюднюється українськими корпораціями у звітах про сталий розвиток, підготовки методичних рекомендацій з урахуванням європейського досвіду забезпечення концепції сталого розвитку і закриття потреб стейкхолдерів.

Одна з Цілей сталого розвитку, що має назву "Відповідальне споживання та виробництво", спонукає бізнес-спільноти до 2030 р. стати до енерго- та еколого-ефективного шляху розвитку. Основою такого переходу виступає звітність зі сталого розвитку, яка заохочує компанії, особливо великі та транснаціональні, впроваджувати практики сталого розвитку та інтегрувати інформацію зі сталого розвитку у їх звітний цикл [1]. Вимірюючи і розкриваючи чинники їх соціального та екологічного впливу, компанії можуть працювати в напрямку сталого соціального та економічного розвитку. Звітність зі сталого розвитку є ключовим інструментом, що сприяє розвитку і може сприяти вкладу приватного сектора в глобальний розвиток [2].

Головна ідея системи звітування зі сталого розвитку полягає в тому, що інтегрований звіт надає фінансову і нефінансову інформацію, її стратегію та досягнення, стиль управління (з економічної та соціальної точки зору), підкреслюючи зв'язок між цими аспектами в короткостроковому, середньостроковому та довгостроковому періодах.

Виникнення нефінансової звітності в Україні стало основою до створення «національної мережі Глобального договору ООН», тому що поява «Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору» може стати зобов'язанням підписанта Глобального договору.

Костирко Р., Костирко Л., Лубенченко О., Чернодубова Е. зазначають, що… «Великий внесок в розвиток корпоративної соціальної звітності та

звітності сталого розвитку зробила Ініціатива з глобальної звітності (GRI), на основі якої понад 1 500 відомих компаній світу випускають нефінансові звіти. В Україні лише декілька компаній готують звіти за комплексною системою GRI3, інші компанії використовують такі форми, як звіт з прогресу, соціальний звіт, звіт про корпоративну відповідальність, екологічний звіт (табл.1.)» [2]:

Таблиця 1

Види нефінансових звітів та компанії України, які їх опубліковують (2019-2020 рр.) [2]

Вид звіту	Компанія
Звіт про сталий розвиток (GRI3)	ПФГ «Систем Кепітал Менеджмент» ЗАТ «Оболонь» Ernst & Young Україна Арселор Міттал Кривий Ріг Platinum Bank
Звіт про сталий розвиток (AA1000, Глобальний Договір ООН)	«Бритіш Американ Тобакко Україна» “Knaufinsulation” «МЕТРО Кеш енд Кері Україна» Компанія «Монсанто» «Інтерпайп»
Звіт з прогресу	«Астарта-Київ» ПАТ «Галнафтогаз» «Фокстрот» ТОВ «ВіДі Груп» Компанія «Вітмарк-Україна» ВОЛЯ Оранта
Звіт про соціальну відповідальність, соціальний звіт	«Київстар» ТОВ «Астеліт» (оператор life:) «Кока-кола Україна» “Carlsberg Ukraine”
Звіт про корпоративну відповідальність	Компанія «Делойт» «Ernst&Young Україна»
Звіт про результати	Агропромхолдинг «КПМГ Україна»
Екологічний звіт	«Nemiroff Україна»

Загальновідомо, що в Україні відсутні методичні інструменти для заповнення та подання інтегрованої звітності, при наявності різних неінформативних звітів. Інтегрована звітність включає такі напрямки, як фінансова звітність, примітки керівництва, звітність з управління, звіт зі сталого розвитку).

Основними шляхами впровадження інтегрованої звітності є [3]:

– розробка форм нефінансової звітності відповідно до вимог МСФЗ;

– створення методичних засад формування облікової моделі та інтегрованої звітності;

– внесення пропозицій щодо єдиного стандарту фінансових та нефінансових даних відповідно до національних нормативно-правових актів;

– формування структури облікової та звітної функції управління, що мають відображати нефінансову інформацію;

– розробка інших контрольних заходів, у тому числі аудиту інтегрованої звітності з урахуванням корпоративної відповідальності підприємств.

Таким чином, для досягнення довгострокових цілей та збільшення інтересу до діяльності підприємств від стейкхолдерів у забезпеченні сталого розвитку підприємництва має стати оприлюднення річних звітних документів відповідно до концепцією сталого розвитку з урахуванням соціо-екологічних показників.

Список використаної літератури:

1. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: указ Президента України від 30.09.2019 №722. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text (дата звернення: 26.10.2021);

2. Інтегрована корпоративна звітність. Костирко Р., Костирко Л., Лубенченко О., Чернодубова Е., Навчальний посібник, 2020. 8-23 ст.;

3. В. Воробей, І. Журовська. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. ФОП Костюченко О.М. 2019. 77 ст.

РОЗДІЛ 3.

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

УДК 658.51

Берестовська М.А.
Студентка групи М21-1зм
Науковий керівник:
Єдинак В.Ю.
К.е.н, доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ – ВАЖЛИВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Креативністьзавжди булла основнимджереломрозвиткусуспільства. Так, якщо у давнину і середньовіччі креативність проявлялась в основному в мистецтві, то, починаючи з другої половини XVII ст. і до першоїполовини XIX ст., вона проявлялася і в науці. З другоїполовини – XIX ст. в науці і техніці, а з середини XX ст. вона проявляєтьсяв першучергу в техніці та економіці [1].

Сьогодні, креативність стала невід'ємною складовою навичок кожного, хтозаймаєуправлінські посади в організаціях. Рано чи пізно перед менеджером постаєситуація, де не можнастовідсотково стверджувати «так вчинити правильно, а так неправильно», а стоїтьвибір і необхідністьприйнятирішення.Саметодівмикаєтьсякреативнемислення, хочемо ми того чині. Креативне мислення, або outoftheboxthinking (мислення поза шаблонами), – це здатність, яка вумовахневизначеностідопомагаєзробити правильний вибір.

Деякі психологи дійшли висновку, що ефективність вирішення проблем залежить не від знань і навичок, вимірюваних інтелектуальними тестами, а від особливої здатності «використовувати подану в задачах інформацію різними способами й у швидкому темпі». Таку здатність і назвали креативністю.

Вагомий внесок у дослідження креативності вніс Гілфорд [2],який виділив основні параметри, що характеризують креативність. Такими параметрами є: швидкість (кількість ідей, що виникають за певний проміжок часу), гнучкість (здатність перемикатися з однієї ідеї на іншу) й оригінальність (здатність продукувати ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих) мислення, а також допитливість (підвищена чутливість до проблем, що не викликають інтересу в інших) і нерелевантність (логічна незалежність реакцій від стимулів).

Креативність вважається якістю рідкісною, і навіть вродженою. Однак, ми не зовсім погоджуємося з таким твердженням. Хоча дана компетентність закладена природою в кожному, але, в силу шаблонних ситуацій та способів їх вирішення і постійно повторюваних дій

менеджерів, креативність не у кожного проявляється та розкривається у повній мірі.Креативне мислення– це не дар від природи. Креативність можна розвинути, і головним чином це залежить від власного бажання і прагнення сприймати незвичайні і альтернативні точки зору, створювати незвичайні проекти, і головне – звільнити свої ідеї та фантазії, дати їм можливість втілитися.Креативне мислення менеджерів необхідно розвивати.

Допомогти у цьому можуть:

- спілкування з цікавими людьми;
- вихід за власні рамки;
- творчі хоббі;
- відвідування заходів, виставок, виступів, місць, де панує творча атмосфера;
- спеціальні ігри, вправи, методики, тренажери тощо.

Що означає бути креативним?По-перше, позбутисявідстереотипів у сприйнятті, вмітибачити поза шаблонами і суспільноюдумкою.

По-друге, не боятись експериментувати, міксувати думки і погляди, формуючинову точку зору.

Чому outoftheboxthinking необхідне в умовах інноваційного розвитку організації? Креативні рішення можуть допомогти відкрити нові грані діяльності та нові можливості, інструменти , які можна застосовувати в організації – в результаті чого отримати вигоди. До того ж дану компетентність можна застосовувати у найрізноманітнішних сферах, включаючи бізнес, громадську діяльність, управління, освіту, науку тощо.

Креативність – це про здатність поглянути на речі по-іншому.Успішний креативний менеджмент дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж,підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток, тощо [3].

Звісно, набагатокраще, знати і вміти використовувати креативність цілеспрямовано, адже, на думку експертів, кількістьситуацій, якіпотребуватимутьнезвичного, неординарного вирішення, тільки зростатимуть в майбутньому.

Підсумовуючи, можна сказати, що інновації і креативне мислення нерозривно пов’язані між собою. Саме креативність і нестандартні рішення в свій час допомогли зробити прорив. Експериментаторів часто вважали і вважають безумцями чи божевільними, але без них людство так і не дізналося про електрику, польоти в космос, стільниковий зв’язок тощо.

Список використаної літератури:

1. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління [Електронний ресурс] / О.І. Продіус // Економіка: реалії часу.

Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 67-72. – Режим доступу: http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.htm

2.Доповідь «Використання елементів інноваційних технологій для розвитку креативного мислення учнів»[Електронний ресурс] / Освітній проект На урок // Режим доступу: https://naurok.com.ua/vikoristannya-elementiv-innovaciynih-tehnologiy-dlya-rozvitku-kreativnogo-mislennya-uchniv

3.Креативне інноваційне мислення як нова фахова компетенція[Електронний ресурс] / Навчальні матеріали онлайн // Режим доступу: https://pidru4niki.com/84863/ekonomika/kreativne_innovatsiyne_mislennya_nova_fahova_kompetentsiya

УДК 331.522.4.

Бітнер І.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри банківського бізнесу та фінансових технологій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Панченко К.І.
здобувач вищої освіти, студентка гр. АФ-22М
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

МОДЕЛЬ КЛАСИФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ОЦІНКИ СТАНІВ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У всі часи основним джерело науково-технічного розвитку була людина та їх інтелект, креативність та здатність створювати новітні технології. В сучасних умовах, коли на ринку існує висока конкуренція у кожній сфері діяльності, збереження висококваліфікованого персоналу стає пріоритетом номер один для будь якого підприємства. Тому для підприємства життєво важливою постає проблема забезпечення високого рівня управління людськими ресурсами [2]. Роль своєчасного аналізу, оцінки та управління кадровим потенціалом підприємства є достатньо високою для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку. В умовах активного розвитку ринку інформаційних технологій в Україні та високому попиті вітчизняних спеціалістів на світовому ринку, актуальною проблемою для підприємства, постає питання своєчасного аналізу, оцінки та управлінських рішень щодо корегування кадрової політики підприємства, виявлення його основних переваг та недоліків [3].

Мета дослідження – розробка комплексу моделей оцінки кадрового потенціалу підприємства на основі методів економіко-математичного моделювання багатомірних об’єктів, що дозволяє підвищити якість прийняття управлінських рішень, щодо розвитку персоналу підприємства. Розробка таких моделей передбачає побудову концептуальної схеми дослідження та виділення характерних особливостей складових концептуальної схеми. Таким чином, концепція – це центральний системотворчий елемент наукового дослідження, а також концептуальні положення та інші конструкції, що її конкретизують – структурні елементи концепції [1]. Дана схема відображає логіку досягнення ключових цілей дослідження на підставі аналізу існуючого інструментарію та розробки удосконалених моделей.

Для покрокового відображення етапів класифікційного підходу оцінки кадрового потенціалу щодо поставленої мети було розроблено концептуальну схему дослідження, що зображена на рис. 1.

Першочерговим кроком у дослідженні є формування інформаційної системи оцінки кадрового потенціалу підприємства. Головними пунктами

на цьому етапі є: дослідження поняття «персонал», збір вхідних даних та формування таблиці вихідних даних. Визначення сутності поняття «персонал» та «кадровий потенціал» в подальшому дасть змогу визначити систему характеристик та його складових, які якісно та в повному обсязі характеризували б працівника та його важливість для підприємства. Після визначення характеристик, наступним кроком є розробка анкети для проведення респондентів з метою отримання початкових даних для подальшого дослідження. На цьому ж етапі відбувається попередній аналіз даних та перевірка узгодженості респондентів. Відповідно до отриманої під час опитування інформації формується таблиця вихідних даних.

Рис. 1. Концептуальна схема комплексу моделей оцінки станів кадрового потенціалу підприємства на основі класифікаційних методів

Наступним кроком дослідження є формування моделей оцінки та аналізу кадрового потенціалу підприємства. Даний етап передбачає дослідження організаційної структури управління підприємством для формування подальших висновків стосовно дослідження об’єкту. Підбір

необхідних пакетів прикладних програмних засобів, які дозволяють використовувати комплекс методів багатовимірного аналізу для оцінки й аналізу кадрового потенціалу підприємства. До даних моделей відносяться: моделі групування робітників згідно з їх характеристиками, що передбачає побудову моделі класифікації за допомогою методів кластерного аналізу [1] ; порівняння результатів дослідження за різними правилами об'єднання та оцінка розподілу на кластери за дендрограмами; класифікація об'єктів за ітеративним методом k-середніх, визначення характеристик кластерів; аналіз результатів класифікації для різної кількості виділених кластерів, аналіз основних статистик та оцінка змінних за побудованими моделями.

Наступним кроком дослідження є формування та ухвалення рішень з управління кадровим потенціалом підприємства. Головними етапами є: інтерпретація отриманих під час практичного дослідження результатів. Опрацювання результатів дозволяє визначити ключові характеристики отриманих кластерів, їх ключові переваги та недоліки. Виявлення переваг кадрового потенціалу дозволить якнайкраще використовувати ключові фактори конкурентоздатності наявного персоналу, а також виявити недоліки та слабкі місця для їх подальшого усунення.

Відповідно до отриманих результатів можливо розробити комплекс дій щодо управління кадровим потенціалом підприємства. Аналіз результатів дозволяють в подальшому, керівним складом підприємства, прийняти оперативні рішення стосовно покращення кадрової політики підприємства. Дотримуючись основних принципів управління персоналом, прийняття таких рішень, в довгостроковій перспективі дозволить підприємству досягнути успіху у своїй діяльності. Отже проведення аналізу кадрового потенціалу дозволить визначити поточне становище персоналу підприємства, визначити його конкурентні переваги та розробити план дій щодо його вдосконалення. Впровадження пропонованої методології дозволить в довготривалій перспективі здійснювати ефективне управління та досягнути успіху у його діяльності.

Список використаної літератури:

1. Бізнес-аналітика багатовимірних процесів [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. С. Клебанова, Л. С. Гур'янова, Л. О. Чаговець [та ін.] ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. - Електрон. текстові дан. (6,61 МБ). - Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. - 271 с. : іл.

2. Даниленко О. А. Використання HR-аналітики в діагностиці системи управління персоналом БІЗНЕС ІНФОРМ №7-2021. (с. 252 - 259)

3. Тринчук О. Б. Дослідження аналітичних показників у практиці роботи відділів з персоналу. Вісник соціально-економічних досліджень. 2018. № 3. С. 199–207.

УДК 338.2:004

Вакофян В. Г.
аспірант кафедри фінансів та економіки
Київського університету імені Бориса Грінченка

ОСНОВИ УСПІШНОСТІ ПРОЦЕСУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

У вирішенні проблеми забезпечення стабільності сталого розвитку економіки України вже стало очевидним, що лише технологічне лідерство здатне забезпечити не тільки формування економіки нового тисячоліття, а і вхід до переліку держав-лідерів у впровадженні досягнень сучасних технологій. За останні роки у різних сферах державної діяльності набувають нових обертів процеси цифрової трансформації, за рахунок невпинного розвитку технологій та інтеграції їх у всі сфери суспільного та підприємницького середовища.

Зростання темпів програмної діджиталізації забезпечується державною підтримкою із залученням передових міжнародних об'єднань типу Startup World Cup [1], що є платформою для для стартапів та стартап-екосистем світу, а також створенням інтенсивних освітніх програм (наприклад, Startup Accelerator), тощо. Саме підтримка технологічного сектору та стартапів сприятиме зростанню частки ІТ-сфери у ВВП України та прямо впливатиме на рівень залучених інвестицій. Крім того, застосування цифрових технологій створює переваги для усіх сторін: функціонування бізнесу, розвитку сфери освіти і науки, діяльності уряду країни та суспільного життя громадян.

Тому, мета даного дослідження полягає у визначенні найбільш значимих особливостей процесів цифрової трансформації та її чутливих ланок практичного використання в умовах України.

Цифрова трансформація України, сьогодні є одним із ключових завдань держави, що доцільно оцінити, як позитивний фактор та напрям руху, оскільки роль держави є визначальною та першочерговою у питаннях успіху процесів цифрової трансформації суспільства та бізнесу. Завдання держави зосереджені на таких ключових питаннях, як створення умов інвестування інтелектуального потенціалу у різних його проявах. Так, з боку уряду важливо сформувати оптимальні умови залучення інвестицій, підтримувати інноваційні розробки у формі, наприклад, стартапів та віднаходити підходи до утримання їх у межах юрисдикції країни, створювати умови розвитку інтелектуального капіталу, що сконцентрований у наукових, науково-технічних, дослідницьких установах, а також освітніх інститутах по всій території країни.

Серйозність намірів України на шляху впровадження цифрових змін

підтверджується створенням Міністерства цифрової трансформації (Мінцифри) у вересні 2019 року шляхом перетворення Державного агентства з питань електронного урядування України [2], як центрального органу виконавчої влади, який відповідає за формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, відкритих даних, національних електронних інформаційних ресурсів, взаємодії мережевих систем у базі уніфікованих інтерфейсів, впровадження електронних послуг, розвитку широкосмугового доступу до інтернету, телекомунікаційних мереж, IT-індустрії та, у цілому, розвиток цифрової грамотності громадян [2].

Протягом останніх років активно розробляються, впроваджуються та успішно застосовуються цифрові послуги, що надає зручності комунікації держави та її громадян, наприклад, електронні послуги для водіїв, забудовників, автоматична реєстрація ФОП без державного реєстратора, успішно функціонує додаток “Дія” у якому вже є можливість генерації та використання електронного цифрового підпису (ДіяID) та інші.

Загальними цілями Міністерства цифрової трансформації до 2024 року встановлено: доступність публічних послуг громадянам та бізнесу онлайн; 95% населення, соціальних об'єктів і головних автошляхів забезпечені покриттям швидкісним інтернетом; залучено 6 млн. українців до програми розвитку цифрових навичок; ріст долі IT у ВВП країни до 10% [3].

Мінцифри виокремлює і провідні цілі для процесів регіональної цифровізації: розвиток та доступність адміністративних послуг (забезпечення послуг онлайн або їх доступність за одне відвідування ЦНАПу); підвищення рівня якості доступу до мережі Інтернет (швидкісний Інтернету у кожному населеному пункті); поширення та розвиток цифрової грамотності населення [4].

Цифрова трансформація освіти і науки, у свою чергу, є однією з ключових цілей Міністерства освіти і науки у 2021 році [5]. Впровадження цифрової трансформації базується на таких основних напрямах: затвердження, із залученням до даного процесу громадської думки, Концепції цифрової трансформації освіти і науки України на період до 2026 року; створення умов підвищення кваліфікації педагогічних працівників закладів освіти з інформаційно-цифрової компетентності; забезпечення розробки/ впровадження та функціонування низки автоматизованих ресурсів: програмно-апаратного комплексу «Автоматизований інформаційний комплекс освітнього менеджменту» (ПАК «АІКОМ») та інформаційної системи управління професійною (професійно-технічною) освітою (EMIS), Єдиної державної електронної бази з питань освіти (ЄДЕБО); онлайн-платформи для комунікації між учасниками інноваційного процесу («Наука та бізнес») та інші [5].

Важливу роль у розвитку даного питання відіграє Угода про асоціацію з Європейським Союзом (ЄС), а саме Додаток XVII-3 до Розділу IV, у якому йдеться про зобов'язання України щодо проведення процесу

імплементації переліку нормативно-правових актів ЄС, які спрямовані на встановлення єдиних норм функціонування ринку електронних комунікаційних послуг, особливо у питаннях їх надання [6].

Україна та її громадяни зацікавлені в інтеграції до європейського цифрового простору, за рахунок прозорих можливостей економічного розвитку країни, надходження закордонних інвестицій, створення нових робочих місць, розвитку діяльності представників малого та середнього бізнесу, можливостей спільної діяльності у глобальних проектах ЄС.

Проте, не дивлячись на стрімкий розвиток даного питання у світі та в Україні впровадження цифрових трансформацій, що є усвідомленою перевагою та безперечною потребою часу, вимагає суттєвих зусиль: адаптації до змін, відповідного рівня та напряму освіти, інвестицій, інновацій, активної науково-інноваційної діяльності, розвитку інтелектуального капіталу та віднайдення ефективних шляхів до впровадження цифрових змін у всіх визначених сферах діяльності.

Дослідження та подальший розвиток питань впливу цифрової трансформації на учасників даного процесу висвітлюватимуться автором у подальших роботах, оскільки вбачаються, як реальний шлях до виведення України у світові лідери із залучення інвестицій, протидії корупції та надмірного рівня бюрократії, а найголовніше – зручності та прозорості взаємодії суспільства з державою.

Список літературних джерел

1. Startup World Cup [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.startupworldcup.io/
2. Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади. Постанова Кабінету міністрів України від 2.09.2019 р. №829
3. Мінцифри. Цілі до 2024 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://thedigital.gov.ua/ministry
4. Цифрова трансформація регіонів — покращення щоденного життя кожного українця [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://thedigital.gov.ua/news/tsifrova-transformatsiya-regioniv-pokrashchennya-shchodennogo-zhittya-kozhnogo-ukraintsya
5. Цифрова трансформація освіти і науки є однією з ключових цілей МОН на 2021 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: phttps://mon.gov.ua/ua/news/cifrova-transformaciya-osviti-i-nauki-ye-odniyeyu-z-klyuchovih-cilej-mon-na-2021-rik-sergij-shkarlet
6. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Додаток XVII-3 до Розділу IV. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

УДК 338.2:004

Васільєва А.В.
студентка 4 курсу,
кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів
Науковий керівник
Степуріна С.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та експертизи товарів
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ І СПЕЦІАЛЬНОГО НАВЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Завдяки передовим технологіям підприємства зараз стикаються з масовими змінами у своїй роботі. Пандемія COVID-19 змусила бізнес переходити на цифрові технології. Те, що починалося як реакція на кризу, стало новою нормою.

Розглянемо основні терміни, які допоможуть більш глибоко вивчити важливість цифрових трансформацій.

Цифрова трансформація – це інтеграція цифрових технологій у всі сфери бізнесу, що призводить до фундаментальних змін у тому, як підприємства працюють і як вони приносять користь клієнтам. Йдеться про оптимізацію та здатність швидко адаптуватися, коли це необхідно, завдяки розумному використанню технологій та інформації.

Цифровою компетентністю є динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, інших особистих якостей у сфері інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність із використанням таких технологій. [1]

Тобто це вміння використовувати цифрові технології у професійній діяльності. Важливою умовою щодо цифрової компетентності є – бажання та готовність фахівців до опанування й застосування цифрових технологій. [2]

Цифрова трансформація вимагає багато зусиль від усіх, чи то керівництво, яке приймає більш масштабні рішення, чи співробітники, які знайомляться з новими інструментами та процесами.

Нові системи повинні бути інтегровані та узгоджені з внутрішніми цінностями та поведінкою компанії, інакше це може негативно вплинути на культуру організації. Співробітникам доведеться вчитися, щоб бути здатними якомога швидше реагувати на зміни, викликані цифровою трансформацією. Коли люди отримають повноваження шукати рішення, які полегшують їхні повсякденні завдання, вони будуть мотивовані

оптимізувати процеси й автоматизувати виснажливі, повторювані завдання, щоб вони могли витрачати більше часу на творчу роботу та пошук шляхів інновацій. В поєднанні з правильними інструментами можна підготувати фахівців, які здатні значно підвищити ефективність підприємства. Також слід використовувати цифрові технології для покращення надання та можливостей навчання.

Інша важлива перевага: цифрові технології можуть бути використані для полегшення набору нових співробітників. Використання та оцінка даних соціальних мереж під час підбору персоналу збільшить обсяг і детальність доступної інформації, а також підвищить точність оцінки. Цифрові технології також можна використовувати для встановлення безпосереднього контакту з претендентами на роботу та підтримки процесу набору, наприклад, за допомогою онлайн-тестів.

Згідно з розпорядженням від 3 березня 2021 року «Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації» – із збільшенням темпів розвитку цифрових технологій, впровадженням інноваційних рішень у всіх сферах суспільного життя виникає необхідність у підвищенні якості підготовки працівників для створення можливості модернізації економіки країни відповідно до сучасних вимог. [1]

В цьому розпорядженні затверджені проблеми, завдання, шляхи та способи цифрового розвитку. Це великий крок з боку держави для реалізації та впровадження цифрових технологій в Україні.

Як приклад важливості таких заходів, у дослідженні розглянемо цифрову трансформацію світового бренду Nike.

Починаючи з 2017 року, Nike створила різні цифрові простори для клієнтів, з метою взаємодії з впливовими особами бренду, спортсменами. Це безкоштовна бібліотека цифрових тренувань і ресурсів, включаючи додатки для смартфонів, соціальні сторінки та онлайн тренування під час трансляції на каналі «NikeYoutube». Завдяки нововведенням акції компанії Nike зросли на 317% відносно 2017 року (рис.1). На сьогодні вартість акцій складає 170 дол. [3]

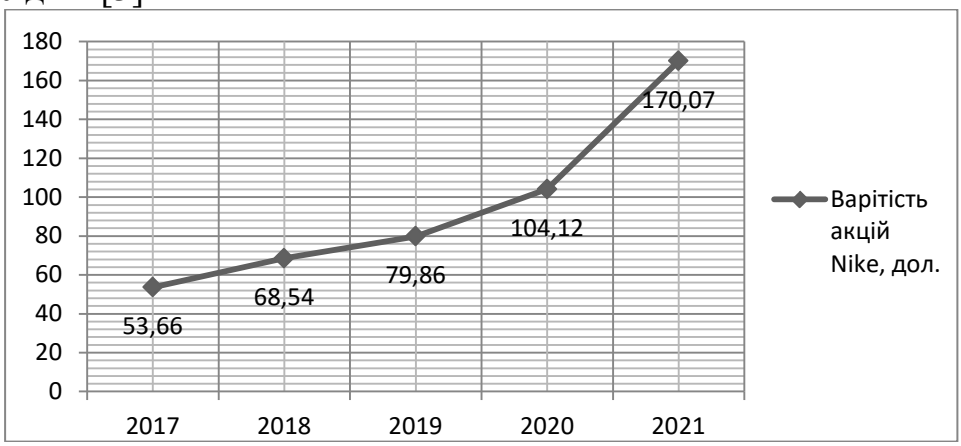


Рис. 1. Вартість акцій компанії Nike

Тобто вони налагодили зв'язок зі своїми споживачами, створили екосистему, яка інтегрує соціальний компонент із додатками, орієнтованими на покупки, і перетворює залучення клієнтів у продажі. Таким чином, компанія має змогу збирати та аналізувати дані з додатків, каналів та робити висновки щодо вподобань споживачів і створювати новий продукт.

Отже, цифрова трансформація сприяє їхньої ефективності та конкурентоспроможності у своїй галузі. Це також відкриває двері для зростання, дозволяючи організації покращити досвід роботи з клієнтами та розширити свою галузь на частини, які раніше були неможливими.

Список використаної літератури:

1. Концепція розвитку цифрових компетентностей [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ips.ligazakon.net/document/KR210167?an=11

2. Генсерук Г.В. Цифрова компетентність як одна із професійно значущих компетентностей майбутніх вчителів [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/2414-0325.2019.6.816

3. Цифрова трансформація Nike [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://digital.hbs.edu/platform-digit/submission/nike-just-do-it-differently/

УДК 33.005.95/.96

Грінько А.П.
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна
Логвинова О.В.
Студентка гр. АМ-21М,
спеціальності 073 Менеджмент
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

СУТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВИ ЇЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В умовах невизначеності та динамічних зовнішніх перетворень здатність бізнесу підтримувати безперервний інноваційний розвиток може стати визначальною конкурентною перевагою. За даних обставин комерційним організаціям важливо скоординувати систему менеджменту таким чином, щоб інноваційний напрям розвитку залишався головним драйвером зростання. У цьому ракурсі розгляд інноваційного розвитку через призму процесу формування корпоративної культури, на нашу думку, є найбільш об'єктивним способом визначитися з природою еволюції організації та способами її успішної підтримки.

Говорячи про перешкоди на шляху інновацій, дослідники констатують, що кожен новий учасник ринку спочатку діє з великою ефективністю, але з часом його ефективність опускається до середньогалузевого рівня і навіть нижче. Фостер Р. і Каплан С. [1, с.12] називають таку модель поведінки «гальмом культурних традицій», коли більш зрілі фірми неохоче та обережно ставляться до впровадження інновацій. Дослідники вважають, що на відміну від зрілих, нові організації керуються іншими ментальними моделями й інструментарієм. І якщо у новачків галузі такі моделі і інструментарій досконаліше старих, це надає їм вагому перевагу.

На думку цих дослідників, керівництво зрілих фірм часто керується емоціями та помилковими відчуттям. Це призводить до некоректних рішень та до категоричного заперечення всього нового при захисті консервативних переконань. Це схоже на самозахист, адже будь-які докорінні інновації для керівництва здаються замахом на ментальну модель компанії та її фундаментальні переконання. Фостер Р. і Каплан С. порівнюють такий процес з реакцією людини: спочатку заперечення, а після роздратування.

Ми погоджуємось, що таке порівняння з людиною є небезпідставним, оскільки організаціями, так чи інакше, керують люди. Результати такого підходу стають метафорою корпоративної реакції на кризу і допомагають пояснити природу гальма культурних традицій, що не дозволяє багатьом компаніям бути настільки гнучкими, наскільки того вимагає ринок. Говорячи про метафори, дослідники наводять аналогію з пацієнтом, який дізнався про смертельний діагноз: зміна реакції може бути довільною, а період його прийняття – тривалим. Найчастіше хворий відмовляється приймати діагноз аж до самої смерті. Так само відбувається і в бізнесі, коли керівництво стикається з загрозою у вигляді появи інноваційної та потенційно більш ефективної концепції, здатної витіснити зрілу компанію з ринку.

Таким чином, чим швидше топ-менеджмент усвідомить важливість змін в продукті або самій організації, тим ефективніше вдасться відреагувати на нові конкурентні виклики і зміни уподобань аудиторії. Саме від гнучких і далекоглядних рішень управлінців, а також формування відповідної корпоративної культури залежить конкурентоспроможність продукту та компанії в цілому.

Отже, можемо зробити висновок, що одним із способів збільшення ефективності бізнес-процесів в управлінні інноваційними проектами може стати формування інноваційної культури, що заохочує творчі прояви співробітників.

Вважаємо, що інноваційна культура – прогресивний вид корпоративної культури, спрямованої на вдосконалення інноваційної розвиненості організації, яка передбачає присутність в діяльності компанії «інноваційного духу».

Процесу побудови інноваційної культури властиві такі принципи: командна робота (переважання форм генерації ідей, міждисциплінарної взаємодії у вирішенні завдань), вільна взаємодія (відкритість каналів комунікації, доступність всіх працівників для діалогу і співпраці), наполегливість і системність (впровадження інноваційної культури вимагає часу), заохочення змагального духу в колективі (формування здорових і прозорих конкурсів, планів за досягненнями) та екосистема (середовище, що визначає інноваційну діяльність). У свою чергу, вважаємо, що екосистема відіграє визначальну роль у формуванні інноваційної культури організації.

Література

1. Фостер Р., Каплан С. Созидательное разрушение: почему компании «построенные навечно», показывают не лучшие результаты и что нужно сделать, чтобы поднять их эффективность. Альпина Паблишер. 2015. 377 с.

УДК 332.012

Грінько А. П.
доктор економічних наук, професор,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Пукалова К. О.
студентка
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА БІЗНЕС ТА ДІЛОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Цифрові технології – це унікальне явище, яке за останні десятиліття повністю змінило спосіб життя кожного жителя планети і значно вплинуло на появу цифрової економіки. Цифрова економіка – це економіка, характерною особливістю якої є максимальне задоволення потреб усіх її учасників за рахунок використання інформації, в тому числі, персональної. Цифрова економіка вплинула також на способи ведення бізнесу, до яких належать послуги з надання онлайн-послуг, електронні платежі, інтернет-торгівля, краудфандінг, електронна торгівля тощо.

Цифрова трансформація сприяє виникненню нових професій, а отже, нових знань і компетенцій, якими повинні володіти люди, що живуть в умовах цифрової економіки. Головні цілі цифрової трансформації – підвищення швидкості прийняття рішень, збільшення варіативності процесів в залежності від потреб та особливостей клієнта, зниження кількості залучених до процесу співробітників.

До плюсів нової економіки можна віднести реалізацію дистанційної роботи, спрощення платежів, вільний ринок, доступність для всіх галузей, високий рівень продуктивності, електронний документообіг, скорочення паперової тяганини та зниження собівартості виробництва.

«Збільшення обсягів виробництва зі зростанням населення на планеті стає пріоритетним завданням у багатьох галузях діяльності. Автоматизація робочих процесів усередині компаній дозволяє вести фінансовий облік, ґрунтуючись на реальних статистичних даних» [1, с. 125].

Цифрова трансформація бізнесу – не черговий маркетинговий термін, це нова реальність, яка потребує від бізнесу радикального перегляду бізнес-процесів і підходів до роботи з клієнтами. Здатність швидко адаптуватися до змін і оптимізувати свою роботу на льоту, підлаштовуючись під очікування клієнта – головні виклики, які несе оцифрування бізнесу. Очікування клієнтів з приводу швидкості та якості надання послуг стрімко ростуть. Особливо це стосується молодого покоління споживачів. Високий рівень сервісу стає вимогою за замовчуванням.

Цифрові технології змінили бізнес. Вони надають компаніям-новаторам можливість отримати перевагу над конкурентами завдяки революційним бізнес-моделям [2, с. 217]. Ключова тенденція в цифровому світі – вплив популярних споживчих онлайн-сервісів на очікування і враження клієнтів. У онлайн-світі домінує ряд великих міжнародних компаній, таких як Google, Facebook, Apple, Amazon, Alibaba, Baidu і Tencent. Ці компанії орієнтовані на споживача продуктів масового попиту і надають «чистий» цифровий контент і послуги – пошук, соціальні медіа, онлайн-музику.

Подальші зміни торкнуться двох факторів: системи управління бізнес-процесами та системи взаємодії з клієнтами. Системи управління бізнес-процесами як і раніше будуть ґрунтуватися на стандартних перевірених технологіях, таких як класична комп'ютеризована система управління підприємством, бухгалтерський облік, робота з персоналом тощо, не дивлячись на те, що хмарні сервіси отримають більш широке поширення. Системи взаємодії з клієнтами надають можливість диференціювати і використовувати більше нових технологій.

Інтерес до компетенцій майбутнього викликаний швидкістю розвитку сучасного світу, новими запитами і потребами суспільства. Зміни в науці, технологіях оперативно приходять в наше життя, змушуючи дедалі більше оцінювати ефективність своїх сьогоднішніх дій у доповнення до майбутнього. Осмислюючи їх, ми можемо побачити прообрази тих умінь і навичок, які важливо формувати у нових лідерів.

Список використаних джерел

1. Цифрова економіка. Криптовалюти: навчальний посібник / Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Крикунова В.М., Жосан Г.В., Бойко В.О. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. – 228 с.

2. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посібник. – К. : Каравела, 2007. – 584 с.

УДК 33.339.347.7

Hrynko Pavlo
Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Economics and Busines
Kharkiv State Biotechnological University

FORMATION OF TRADE POLICY OF UKRAINE IN THE DIGITAL AGE

The main feature of modern economic and social development is globalization. Under these conditions, the key principles of the economy change: new objective laws emerge; in the field of production, distribution, exchange and consumption of vital goods, information technologies are increasingly used; the basis of the latest technologies are innovative developments that require new investments, all this comes down to the fact that there are new types of goods: knowledge, information, intellectual property; new electronic forms of money.

As our focus in the digitalization of business is aimed at achieving certain results in the field of innovative development of trade organizations, and one of the most significant transformations currently undergoing the business world is the progressive development and implementation of e-commerce, consider how this aspect of business model transformation trade organizations in a digital economy. The expediency of actualizing the above issues is also explained by the fact that in the context of strengthening the course of European integration, the leadership of domestic trade enterprises is faced with the task of identifying methodological and practical experience of innovation management in EU member states and harmonize their policies.

Legal regulation of activities in the Internet economy was initiated by the adoption of the Law of Ukraine "On the National Informatization Program" in 1998, and the legislative definition of organizational and legal framework for e-commerce in Ukraine today is the Law of Ukraine "On e-commerce". adopted in 2015. This law, in addition to defining the basic definitions, established the procedure for business entities with the use of information and telecommunications systems and defined the rights and responsibilities of the parties in the field of e-commerce. Thus, according to the Law of Ukraine "On e-commerce", e-commerce is defined as economic activity in the field of electronic sales, sale of goods remotely to the buyer by making electronic transactions using information and telecommunications systems. Every day, more and more companies around the world are introducing e-commerce tools, which allows them to attract new customers and, consequently, increase profits. The sphere of trade relations is no exception, which, today, is actively moving into the online world. According to research, the emphasis is on the fact that online commerce is impossible without a developed payment infrastructure. One of the drivers of the growth of the e-commerce market is considered to be

payment models and mobile transfer services. The real situation shows an increase in the level of use of various payment instruments based on innovative technical solutions. Thus, in January 2019, the Ukrainian Processing Center (UPC) published the main indicators of the payment card market in Ukraine in 2018. During the reporting period, the total number of card transactions increased by 24% per year, while the number of ATMs and payment cards decreased. The popularity of payment card payments among Ukrainians continues to grow rapidly. In 2019, the number of purchases paid for by cards increased by 42%. The number of financial transactions per active card reached 5.6 per month. But, despite such a positive trend, in 2019 the share of purchases paid for by cards via the Internet is 14% of all purchases by cards.

The analysis shows that, despite the fact that according to the Internet Association of Ukraine, 21.6 million users in Ukraine use the Internet, among them the most active users are the following categories: schoolchildren / students, owners or directors of large and medium-sized businesses and servicemen (The level of Internet use by these groups was 100%), the share of Internet trade in Ukraine in 2019 was only 6.77% (table 1, fig. 8).

Table 1

Dynamics of development of retail in Ukraine

Indicators	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Total retail volume, bln. UAH	901,9	1 018,8	1 175,3	815,3	930,6	1 096,7
Internet commerce volume, bln. UAH	12,3	25,5	38,4	48,0	65,0	74,2
Annual growth of retail trade, %	-8,90%	12,96%	15,37%	-30,63%	14,14%	17,84%
Share of Internet trade in Ukraine, %	1,36%	2,50%	3,27%	5,89%	6,98%	6,77%

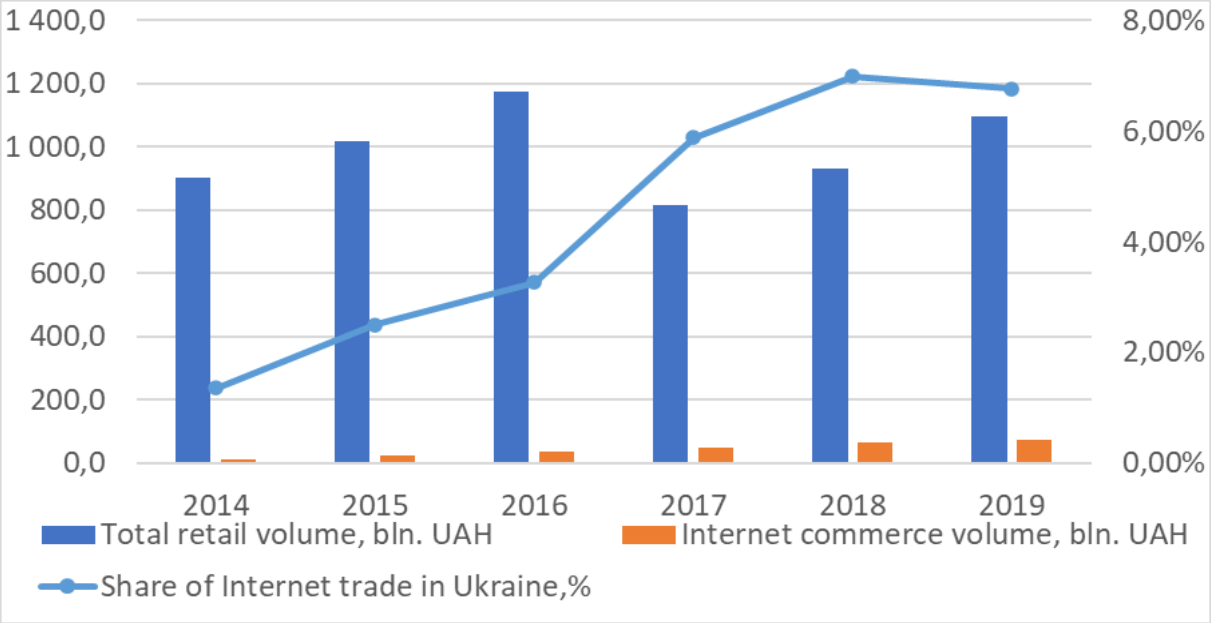


Fig. 8. Dynamics of development of Internet trade in Ukraine

Unfortunately, such a slow development of e-commerce once again confirms the imperfection of the regulatory framework in Ukraine for digitalization of business, the weakening of the economy as a whole, the passivity of management to implement innovative technologies of business development, as its transformation requires structuring and systematization. relations between them, which are constantly undergoing transformations, timely adaptation of management activities in a dynamic information environment.

Therefore, given the significant role of retail chains, which are directly interested in the results of bringing goods to the final consumer, and especially those that represent the interests of specific manufacturers and profess a policy of loyalty to consumers, it is safe to say their direct involvement in the concept of innovation initiated by consumers to shape trade policy.

In the course of implementation and use of digital technologies there are inhibiting factors, including: lack of investment resources for project implementation and further maintenance of IT systems; the problem with staffing the «digital revolution»: there is a lack of both actual IT professionals and users who are able to properly and effectively use innovative technologies; innovative solutions do not always find a response from suppliers and consumers who continue to work in the old way; insufficiently developed infrastructure; inefficient use of information resources.

Traditionally, trade is considered to be a sphere of employment and a source of human well-being, a system-forming link in economic relations, a channel for the distribution of goods, services, a place of rest, the formation of public sentiment, and so on. The degree of development of trade indicates the standard of living and the state of the economy and society; this is where the process of recognizing the costs incurred as socially necessary takes place. As a source of current funds, trade is one of the prerequisites for ensuring the financial stability of the state. Meeting the needs of the population, preventing social tensions in society, a significant contribution to gross value added - the most important functions of retail trade. In addition, the price index in the retail trade of stable developing countries is increasingly recognized as an indicator of socio-economic development of the state. Retail trade, being the branch of the economy closest to the final consumer, serves as the main tool for regulating the main components of the production process (volume and range of products) and allows monitoring of consumer preferences, the dynamics of quality of life and more.

References

1. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

2. URL: https://www.weforum.org/reports/annual-report-2018-2019

3. Hrynko P., (2020). Management of innovative business development in the digital economy: theory, methodology, practice: Monograph. Kharkiv. Ivanchenko Publishing House I.S. 342.

УДК 334.722:004

Дуна Н.Г.
к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки
та світового господарства ХНУ імені В.Н. Каразіна
Клецова Ю.Ю.
студентка 1 курсу магістратури
освітньої програми "Міжнародна економіка"
ХНУ імені В.Н. Каразіна
Гайденко Ю.А.
студентка 1 курсу
освітньої програми "Публічне управління та адміністрування"
ХНУ імені В.Н. Каразіна

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ: НАСЛІДКИ ТА ПРОТИРІЧЧЯ

Поява новітніх технологій не означає автоматичного впливу на технологічний та економічний розвиток країни. Більшість технологій має міждисциплінарний характер. Саме тому їх використання потребує аналізу впливу на всіх рівнях життєдіяльності. Перш за все важливо розуміти наслідки впливу на рівні держави, бізнесу, суспільства та окремої людини.

Глобальні техніко-технологічні трансформації стають ключовим фактором впливу на результативність діяльності сучасних організацій.

Цифровізація є складним та суперечливим процесом. З одного боку, цифровий прорив демонструє переваги та можливості, з іншого, виклики та загрози.

Наразі відкритими залишаються наступні питання. По-перше, що є двигуном цифрової трансформації: стратегії чи технології. По-друге, сучасні приклади успішної бізнес практики - це адаптація традиційних управлінських стратегій до нової цифрової реальності чи це розробка принципово нових стратегій. Відповіді на ці питання лежать у сфері професійної компетентності керівника.

На рівні організацій процес управління стає більш складним та напруженим. Швидкість та якість змін у зовнішньому середовищі суттєво посилює його невизначеність. Складність та новизна управлінських проблем потребує від керівника високої загальної та професійної компетентності.

В епоху цифрової економіки з'явилось принципово нове покоління компаній, які функціонують за іншими правилами та принципами, ніж традиційні корпорації. Компанії такого типу відкривають нові функціональні переваги та економічні можливості. Сучасні лідери цифрової економіки продемонстрували формування нових бізнес-моделей, що сприяли удосконаленню та розширенню можливостей надання послуг,

більшу адаптивність до потреб клієнтів та споживачів. Доступ до клієнтської інформації фактично створив нові джерела доходу компаній. Сучасні компанії сформували новітні ланцюжки взаємодії працівників, споживачів, процесів, пристроїв і даних через глобальну інформаційну мережу. Традиційна модель взаємодії з аудиторією завжди вимагала великих масштабів реклами для переконання споживача у необхідності придбання певного товару чи послуги. У цифрову епоху з'явився новий важливий фактор впливу – це соціальні мережі. Поява цифрових інструментів змінила характер та форми взаємодії між виробником та споживачем. Розвиток високих та тонких технологій дозволяє проникати у всі сфери людської діяльності. Сучасні цифрові технології створюють інструменти, які забезпечують практично тотальний контроль за людиною. Це спостереження по суті є управлінням її поведінкою [1, с. 266]. Результатом цього процесу є поява новітніх маркетингових технологій, які маніпулюють поведінкою споживача.

Сучасний бізнес використовує цифрові платформи для розширення власних можливостей в конкурентній боротьбі, скорочення витрат та отримання додаткового прибутку. В таких умовах виникає ефект синергії, що інтегрує ефекти від продуктової та процесної інновацій.

Цифрові технології фактично стали активами організацій, які забезпечують зростання ефективності.

В той же час, загрозливий характер набувають системні ризики впровадження цифрових інструментів:

- зростання структурного безробіття та нерівності доходів;
- посилення недовіри до цифрових технологій з боку споживачів та суспільства;
- порушення приватності життя людини;
- поглиблення вразливості бізнесу та суспільства від кібертероризму.

Пандемія значно прискорила процес глибинних техніко-технологічних трансформацій. Сучасний розвиток цифровізації відбувається на тлі ускладнення епідеміологічної ситуації. На фоні загострення старих невирішених людством глобальних проблем сучасності (продовольчої, екологічної, енергетичної, сировинної тощо) людство зіткнулось з появою нових проблем. Серед сучасних викликів, що обумовлюють їх появу, можна визначити наступні:

по-перше, безпрецедентне неконтрольоване зростання глобальних ризиків для здоров'я людини через мутацію вірусів та збудників небезпечних захворювань;

по-друге, поширення серйозних, поки що невивчених психологічних та психічних розладів як результат впливу новітніх інформаційних технологій на людину;

по-третє, системна криза науки, яка висвітлює конфлікт між досягненнями науково-технічного прогресу та відповідальністю за їх використання, між моральними нормами та бізнес інтересами [2, с. 280].

Складність та новизна визначених проблем потребує об'єднання зусиль науковців та дослідників різних сфер на національному та міжнародному рівні. Це значно активізує необхідність пошуку спільних відповідей на нові глобальні питання.

Таким чином, широке застосування цифрових технологій створило можливості для появи принципово нових бізнес-моделей, унікальної практики в системі HR та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів. Це потребує від керівника системних знань щодо процесів виробництва продукції, надання послуг, організації та мотивації праці співробітників та стратегії розвитку компанії. При впровадженні цифрових платформ керівнику особливо важливо враховувати ризики, які виникають в процесі оптимізації кадрового складу компаній.

Список літератури

1. Глобальні проблеми сучасності: підручник/ [кол. авт.]; за ред. В.С. Бакірова (голова), А.П. Голікова, О.А. Довгаль, В.А. Пересадько, В.І. Сідорова. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. 632 с.
2. Fr archpriest Evgeny I. Legach, Konstantin S. Sharov Editors. SARS-CoV-2 and Coronacrisis Epidemiological Challenges Social Policies and Administrative Strategies. Springer. 2021. 382 p.

Zetao Hu
PhD student of the Sumy National agrarian university, Ukraine
Lecturer of Henan Institute of Science and Technology ,
Henan, China

INTRODUCTION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN MODERN CULTURE OF CHINA RURAL AREAS

It generally believes that rural culture plays a positive role in rural governance. It plays an irreplaceable role in maintaining the collective memory of the village, consolidating the consensus of the villagers, and constructing the endogenous order of the village. [1] [2] It can effectively improve the efficiency of social governance and save the cost of social governance. As the main carrier of traditional culture, the inner life spirit embodied by the clan still survives in today's society. The clan culture is obviously an important basis for the daily life and communication activities of today's villagers, and constitutes one of the villagers' behavior rules and their logic of action. [3] Village farmers are still inseparable from the clan in their important village affairs and management. Within the clan, the degree of identity among members is significantly higher than that of people outside the clan. It is more effective than the village-level administrative power organization in maintaining the ethical order based on the moral level. [4] It is the existence of these advantages that make some scholars think about reusing it to solve some of the problems faced by the country's grassroots organizations in the field of rural governance, such as excessive institutionalized personnel management, excessive administrative and financial costs, and pressure for villagers.

Clans have a governance role through a complete set of carriers. This carrier includes material carriers such as village ancestral halls, village rules and family precepts, village sages and their councils, village festivals, and clan sacrifices and funeral ceremonies. Spiritual characteristics such as tradition and temperament. Among them, behavioral norms centered on filial piety and respect for ancestors play a role in maintaining the family blood relationship. [5] Ancestral halls have the functions of offering sacrifices, education, enlightenment, pensions and even justice, and play a key role in traditional grassroots governance. After the founding of the People’s Republic of China, the power of the state penetrated into the villages. The rural grassroots organizations dominated the management of all rural affairs. The villagers’ self-organizations, such as ancestral halls, were successively abandoned. The villagers’ self-management and organization were more and more weakened. But the influence of this set of carriers has not disappeared in the countryside.

Clan influences are regionally unique in China, but the influence in Henan is not very clear. This article investigates and analyzes whether the traditional culture of Henan area affects the villagers' attention to rural municipal affairs.

177 valid questionnaires were obtained from the survey. This article uses whether the villagers care about village affairs as the dependent variable (y), whether there is a family ancestral hall (x1), whether there is a family gathering (x2), and the recognition of filial piety culture (x3). The degree of recognition of traditional festivals (x4), the degree of recognition of family (x5) and whether the funeral culture should be abolished (x6), with age (x7), gender (x8) and education level (x9) as independent variables. Among the interviewees, 59.9% did not attend family gatherings within one year, 80.2% did not have family ancestral halls, and 50.8% believed that traditional funeral rituals should be abolished, indicating that the material basis of traditional culture may be disappearing. The reasons may be that the rural labor force continues to move to cities; the constraints of the land system prevent family ancestral halls from obtaining legal land permits; the government continues to promote the reform of traditional funeral customs in order to save land (traditional funerals occupy a larger area of Land and is used for). These factors are dispelling the material carrier of traditional culture. The analysis results show that, except for the family gathering and the educational level of the village farmers, which have a significant impact on whether the villagers pay attention to the village affairs, other factors have no significant influence. At the same time, binary logistics regression of family gatherings and education level was carried out again, and the results showed that education level had no significant influence on family gatherings. This shows that the villagers who often attend family gatherings are less concerned about village affairs than those who do not. This may show that they are more anxious about the affairs and interests of their own family, or they may express their concerns about the village affairs through the family leader.

Concerned that in the village area, the existence of family groups may adversely affect the affairs and governance activities of the village. Villagers with a high level of education are more worried about village affairs than those with a low level of education. This may indicate that after receiving a modern education, they have taken away the traditional ideology of small farmers and have a sense of citizenship and village responsibility. However, only 48% of respondents are worried about rural affairs. In the final analysis, traditional rural culture is the culture of the agricultural society. Its decline is an irresistible phenomenon in the process of China's modernization. If no corresponding protection measures are taken, it may accelerate its decline. The analysis results show that it is challenging to use outmoded rural culture to achieve rural autonomy and maintain rural stability in the province, but it does not rule out that it can be achieved in some regions. In the long run, realizing rural autonomy and maintaining rural stability requires laws, systems and modern citizens, and a new social culture.

References:

[1] Liu Wei,Peng Qi (2020(. Presence of the State and the Revitalization Governance of Traditional Culture in Rural Areas——Taking the Jiangshizi activity of M street in Huangpi district as an example. Journal of Henan Normal University(Philosophy and Social Sciences Edition).,47(04).p22-20 DOI：10．16366／j．cnki．1000—2359．2020．04．004

[2][5] Xiao Zhikang,Xiao Liguo. (2021)Study on the Effective Connection between Traditional Rural Culture and Villager Autonomy System. The Border Economy and Culture. (02).p74-76

[3] Ding Chengji. (2017)On the Role of Traditional Culture in Rural Governance. Huxiang Forum.,30(03).p80-83 DOI： 10.16479/j.cnki.cn43-1160/d.2017.03.014

[4] Gong Zhiwei. (2006)Harmony and Conflict : Relationship between Clan Revival and Rujavascral Governance in Social Change. Theory and Reform. (01).P66-69

УДК 338:001.9

Іващенко М.В.
к.е.н., доцентка, доцентка кафедри економічної теорії
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

АКТУАЛЬНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ONLINE ПЛАТФОРМ

Завдяки розвитку технологій, цифровізації світу і встановлення міцного зв'язку освіти і кар'єри, для сучасної людини вкрай необхідно отримувати нові навички і навіть нові професії, перекваліфікуватися потрібну кількість разів і постійно підвищувати власну цінність та цінність своїх знань.

Освітні онлайн послуги та сфера EdTech (освітні технології) наразі є одним з найбільш перспективних напрямів, на які звертають увагу тисячі людей по всьому світу, особливо в умовах пандемії. Ключовими перевагами, які надає саме такий підхід до отримання освіти є її доступність для всіх бажаючих, легкість в отриманні доступу до знань та, звичайно, можливість широкого вибору напрямів для розвитку та самореалізації.

Світовий ринок онлайн-освіти, за словами дослідників, до 2023 року має всі шанси взяти планку у $282,62 млрд. За оцінкою Global Market Insights, в 2017 році обсяги цього ринку вимірювалися сумою $159 млрд, в 2018-му — $190 млрд, в 2019-му - $205 млрд [1]. Його середньорічний темп приросту в найближчі 5 – 7 років, за різними прогнозами, складатиме 7-10% (в глобальних звітах беруть усереднений показник з поправкою на те, що зростання індустрії є нерівномірним).

Більша частка проектів вкладається в ключові чотири групи:

- навчальні сервіси та платформи різних типів, наприклад Byju's і Coursera;
- гравці, що займаються доставкою контенту і управління освітнім середовищем (learning environment), наприклад BlackBoard, Docebo Learn і Google Classroom;
- творці інструментів, що застосовуються в навчанні (VR та AR-систем та ін.), наприклад Strivr і ProctorU;
- розробники інноваційних методик і освітніх технологій в педагогіці і андрагогіці, наприклад Knewton.

На сьогоднішній день, широко представлені масові відкриті онлайн-курси. У 2012 році запрацювали найбільші платформи Coursera, Udacity, FutureLearn, OpenClassrooms, OpenLearning. Як приклад, Coursera пропонує доступ до двох тисяч курсів, а число зареєстрованих користувачів досягає 25 мільйонів осіб. Приблизно половину таких онлайн-курсів складають бізнес-практики та технології, а чималий увага приділена вивченню мов.

Найбільша некомерційна платформа edX є майданчиком, де публікують свої безкоштовні курси понад 70 організацій і ВНЗ.

Станом на сьогоднішній день, можна стверджувати, що найбільш міцні і виграшні позиції в глобальної індустрії освіти онлайн мають США, країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Латинської Америки. За підсумками 2020 року, імовірно, на їх долю припадатиме 54% всього міжнародного ринку онлайн-освіти.

Тенденції та тренди розвитку ринку отримання знань онлайн доволі цікаві і межують на стику освітніх та технологічних досягнень. Найбільш яскравими серед них можна вважати використання штучного інтелекту.

Серед основних точок застосування штучного інтелекту в EdTech - персоналізація навчання. За 2015-2018 рр. витрати на застосування AI в освіті росли більш стрімко, ніж витрати на будь-яку іншу технологію: з $ 0,8 млрд до $ 6,1 млрд. Приклад глибокої інтеграції штучного інтелекту і технологій machine learning показує сервіс для вивчення іноземних мов Duolingo [2]. Він забезпечує персоналізацію всього освітнього процесу, починаючи з попереднього тестування мовних здібностей учня і закінчуючи адаптацією контенту уроків під його індивідуальний прогрес і динаміку розвитку окремих мовних навичок. А Університет Джорджії запровадив і успішно використовує побудованого на алгоритмах цифрового помічника від компанії AdmitHub. Це чат-бот, який відповідає на питання студентів-новачків і абітурієнтів про зарахування, навчальних програмах тощо.

Більшість лідерів сучасного EdTech - саме освітні компанії, а не інтернет-корпорації широкого профілю. Однак гіганти digital-світу продовжують зміцнювати свої позиції в онлайн-освіті. У тому числі за рахунок інвестицій в багатообіцяючі стартапи. Прикладом таких фінансових вливань може слугувати придбання Microsoft 2019 року - платформі для управління даними DataSense, а також поглинання Lynda.com з боку LinkedIn ще в 2015 році.

Серед найсильніших трендів можна визначити і популяризацію мобільного навчання. До 2020 року обсяг світового m-learning (мобільного навчання) мав наблизитися до $ 38 млрд, і, за оцінками експертів, розрахунки виправдалися. Найбільша частина ринку сформована у Північній Америці, проте Європа і країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону ненабагато відстають від неї. До 2024 року очікується, що величина ринку досягне щонайменше $ 70,1 млрд, при середньорічному темпі зростання, згідно різними оцінками, в межах 17-23%. Станом на 2019 рік близько 47% організацій світу вдавалися до мобільного навчання.

В цілому стає більш тісним зв'язок між навчанням і працевлаштуванням. Про інтерес лідерів EdTech-індустрії до кар’єрно-орієнтованої освіти свідчить, наприклад, той факт, що в 2019 році гігант 2U, що спеціалізується на навчанні конкретним навикам та вищій освіті,

придбав за $750 млн компанію Trilogy Education, яка займалася організацією «буткемпів» - високо інтенсивних онлайн - і офлайн-програм навчання програмуванню, дата-аналітиці та кібербезпеці, які ставлять за мету надання практичного досвіду студентам та користувачам.

Щодо вітчизняного ринку, то тут ситуація менш визначальна. Хоч, компанії, що надають відповідні освітні послуги онлайн і існують вже досить значний час, їх досвіду та рівня впливу все ще не вистачає, аби сформувати повноцінну конкуренцію освітнім закладам «старого формату».

Проте, незважаючи на такий рівень впливу, кількість напрямів за якими вже є напрацювання для надання знань в цифровому форматі, дійсно вражає. Викладачі та професіонали з вітчизняних просторів, поступово долучаються до глобальних тенденцій та платформ і поширюють свої знання та навички на рівні з іноземними фахівцями вже зараз.

Висновки. Підсумовуючи, можна відзначити, що, звичайно, є ті, хто не вважають відповідну освіту «справжньою», аргументуючи це тим, що неможливо отримати якісну академічну базу онлайн та здійснити повноцінну підготовку спеціаліста використовуючи таку освітню модель.

Однак, варто зазначити, що рівень конкуренції про який згадувалося вище, не просто стимулює гравців на ринку онлайн-освіти до розвитку та вдосконалення, а фактично ставить їх як умову виживання в найближчій період. Такі компанії, аби мати успіх, вимушені залучати кращих експертів по індустрії (в незалежності від її виду) та надавати максимально комфортні та вигідні умови для своїх студентів, адже ризик втрати потенційного клієнта вкрай високий.

Список використаної літератури

1. E-Learning Market Size By Technology (Online E-Learning, Learning Management System (LMS), Mobile E-Learning, Rapid E-Learning, Virtual Classroom), By Provider (Service, Content), By Application, Corporate [SMBs, Large Enterprises], Government), Industry Analysis Report, Regional Outlook, Growth Potential, Competitive Market Share & Forecast, 2020 – 2026 URL: https://www.gminsights.com/toc/detail/elearning-market-size

2. How Duolingo uses AI in every part of its app URL: https://venturebeat.com/2020/08/18/how-duolingo-uses-ai-in-every-part-of-its-app/

УДК 658.5.011

Ізюмцева Н. В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту,
бізнесу та професійних комунікацій
Кальченко Ю. О.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В. Н. Каразіна

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

В сучасних умовах успіх підприємства залежить від багатьох факторів, зокрема, від існуючого або вже сформованого іміджу фірми. Втім, формування позитивного іміджу та високої репутації підприємства – це довготривалий та складний процес, який є одним з основних компонентів забезпечення конкурентоспроможності. Проблеми іміджу є предметом дослідження різних галузей знань - маркетингу, менеджменту, психології, соціології, права. Протягом останніх десятиліть дослідження в галузі іміджмейкінгу одержали широке розповсюдження. Саме тому, формування іміджу є одним із актуальних завдань сучасного управління організацією. Питання ролі та значення іміджу підприємств у їх діяльності та діловій активності є предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, таких як: Девід Аакер, В. М. Шепель, Л. Г. Титова, Л. Д. Кудряшова, А. К. Семенова, Г. Н. Щокін, О. О. Міцури, Ю. В. Строцюк, В. Ф. Лебедєв, Т. О. Примак, Р. Л. Кричевський, Я. В. Приходченко, І. Г. Химич, Джен Ягер, Г. Г. Почепцов.

Імідж підприємства виступає в якості одного з інструментів для досягнення стратегічних цілей підприємства, що торкаються основних аспектів його діяльності і орієнтовані на майбутнє. Також він є інструментом впливу на поведінку покупців, а в результаті – і на рівень продаж, тому переваги позитивного іміджу для фірми очевидні. Необхідність швидкого створення позитивного іміджу актуальна, насамперед, для невеликих підприємств, які тільки розпочинають власну справу. Адже імідж, що розробляється в перші дні створення нового підприємства, значною мірою визначає його репутацію та перспективу на майбутнє [1].

Імідж підприємства створюється фахівцями, за допомогою маркетингових комунікацій, таких як: Public Relations, сейлз-промоушен, реклама, особисті продажі. На сьогодні, на жаль, немає жодної методики, спроможної в комплексі оцінити імідж організації. Проте, обов’язковою умовою оцінювання іміджу товару є визначення таких показників як

оцінювання споживчої якості; цінової конкурентоспроможності; якості додаткових послуг, а також розрахунок інтегрального показника оцінки іміджу товару в уяві споживачів. Оцінювання іміджу споживачів товару– це оцінка їх стилю життя, суспільного статусу та характеру. Оцінювання внутрішнього іміджу організації передбачає оцінку її культури; соціально-психологічного клімату, а також працівників окремих підрозділів підприємства. Також важливим є оцінювання іміджу керівників організації, тобто їх зовнішності; особливостей вербальної та невербальної поведінки; соціально-демографічних характеристик; параметрів неосновної діяльності [2].

Слід розглянути помилки, які виникають при формуванні іміджу на прикладах зарубіжних підприємств. Наприклад, компанія Alfa Romeo була створена на початку XX століття в Італії та багато десятиліть працювала на імідж виробника спортивних автомобілів. Численні і регулярні перемоги в гонках, серійні автомобілі, які створювалися на базі гоночних та мали хороші технічні характеристики, обробку салону і дизайн, - все це працювало на створення в свідомості клієнтів чіткої ідеї - це спортивний автомобіль. Тобто, в даному випадку, споживачі сприймали автомобілі від даної фірми лише як гоночні, тому не брали їх до уваги, вибираючи собі звичайне авто.

Також слід згадати, всім відомий ресторанний бізнес KFC, який був заснований полковником Гарландом Девідом Сандерсом у Великобританії. Логотипом компанії він обрав своє зображення, тому останні 20 років життя полковнику доводилося дотримуватися іміджу на логотипі: носити тільки білі костюми, краватки-стрічки та відрощувати знамениті вуса і борідку. Бізнес багато разів перепродували, але нові власники не змінювали логотип. Полковник помер в 1980 році, але його особу досі можна побачити на відерці курки з ресторану.

Згідно з наведеними прикладами, можна зробити висновок, що сильні бренди з’являються лише тоді, коли спільна ідея фундаментальних сил організацій, об’єднаних загальною стратегією, проникає в усі сторони діяльності бізнесу і пронизує всі контакти з клієнтами. Успішний іміджмейкінг виходить за рамки розуміння основ процесу брендингу - він вимагає їхнього офіційного визнання і впровадження в діяльність організацій. Адже саме він забезпечує конкурентоздатність підприємств [3].

Також слід зазначити, що на формування іміджу підприємства витрачається багато коштів. Це пояснюється тим, що стихійне формування іміджу не завжди дає очікуваний ефект, а цілеспрямоване, продумане створення уявлення про нього сприяє досягненню позитивних результатів. Залучаючи все нових споживачів й утримуючи вже існуючих, успішні компанії мають можливість зміцнювати ринкові позиції, підтримувати відповідний рівень цін, забезпечуючи конкурентоспроможність своєї

продукції, тобто знову створений імідж підприємства забезпечує його процвітання.

Вітчизняна політика управління іміджем докорінно відрізняється від європейської. На відміну від зарубіжних підприємств, де стимулюючими факторами розвитку іміджу є самі підприємства, а також неприбуткові організації та суспільство, в Україні - це держава та місцева влада. У зарубіжних підприємствах основними стейкхолдерами за ступенем важливості виступають персонал, споживачі, суспільство, акціонери, а у вітчизняних, навпаки - держава, акціонери, персонал, споживачі [4].

Таким чином, слід зробити наступні висновки. В динамічних конкурентних умовах, формування успішного іміджу вимагає від підприємства удосконалювати ставлення споживача до компанії, формує лояльність клієнтів, збільшує цільову аудиторію.

Проаналізувавши досвід різних підприємств, слід зробити висновок, що на відміну від зарубіжних підприємств, де заходи з управління іміджем ініціюються самими підприємствами, виходячи далеко за рамки вимог законодавства у питаннях взаємовідносин підприємства зі своїми стейкхолдерами, вітчизняні підприємства істотно обмежують свою відповідальність перед суспільством. На сучасному етапі вітчизняним підприємствам для досягнення сильних та успішних позицій на ринку, необхідно систематично дбати про їх імідж. Адже більшість підприємств не використовує навіть половини можливого ресурсу для використання іміджу для створення й покращення конкурентних можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ілляшенко С. М., Колодка А. В. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку промислових підприємств // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/45130/1/Illiashenko_Kolodka_2016.pdf;jsessionid=CB252591C089BCA3012B640A592C3468
2. Булкакова О. В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/9.pdf
3. Секреты успеха известных компаний. Near You. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Access denied | nearyou.ru used Cloudflare to restrict access
4. Пшенишнюк І. О. Імідж підприємства як метод конкурентної боротьби. Економіка та держава // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2011/7.pdf

УДК 005.7

Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
бізнесу та професійних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Савьолова Т.О.
магістрантка,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ІННОВАЦІЙНО-ЕКОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ: «ЗЕЛЕНА РОЗРОБКА» - СТВОРЕННЯ ВУГЛЕЦЕВО-НЕЙТРАЛЬНИХ ВЕБ-САЙТІВ

Дедалі більше галузей виробництва прагне скоротити викиди парникових газів в атмосферу (так званий «вуглецевий слід») та споживання енергії.

На січень 2020 року світова статистика показала, що в Інтернеті працює близько 1,74 млрд веб-сайтів, які, за оцінками, щодня відвідують понад 4 млрд чоловік. Таке масове використання Інтернету передбачає, що ми, можливо, просунулися до більш екологічного суспільства за рахунок значного скорочення використання паперу та споживання інформації в Інтернеті. Однак це не означає, що ми стали вуглецево-нейтральними. Адже вуглецевий слід від роботи інтернету зростає абсолютно неконтрольовано: обсяг викидів становить 830 мільйонів тон CO2 на рік [1], що більше, ніж аналогічна робота всієї авіаційної промисловості. Це привід для веб-розробників задуматися.

В даний час ті, хто займається веб-розробкою, відповідальні як мінімум за 332 мільйони тонн викидів CO2 — 40% всього вуглецевого сліду від інтернету [2]. Цей обсяг міг би бути не таким великим, але з появою в дизайні сайтів каруселів, зображень з високою роздільною здатністю та т.п., які не перший рік розробляють все більш енерго-вимогливі сторінки, які створюють монструозні сайти.

Перед тим, як перейти до способів «озеленення» сайтів та підтримки вуглецевого-нейтралітету галузі, які чудово поєднуються з гарною бізнес-практикою веб-розробки створення легких та швидких сайтів, розглянемо, що таке вуглецевий слід від web: безпосередньо CO2 викидають електростанції які живлять ферми серверів і центри обробки даних, які в свою чергу зберігають веб-сайти, обробляють пошукові запити та утримують вміст Мережі. Чим «важчий» сайт і більша кількість запитів, тим більше енергії потрібно для їхньої роботи та охолодження.

Дослідження Національної лабораторії Лоренса Берклі 2008 р. [3] з’ясував, що для передачі 1 ГБ даних потрібно 13 кВт·ч. Згідно з даними агентства з охорони навколишнього середовища (EPA) [4] середня

електростанція в США викидає приблизно 1,2 фунта (0,54 кг) еквівалента діоксиду вуглецю (CO2) на 1 кВт·год виробленої енергії Помножимо 13 кВт·год на 1,2 фунти і отримаємо 15,6 фунтів (7,08 кг) CO2 - лише для передачі 1 ГБ даних. Коли мільйон користувачів завантажують звичайну сторінку, розмір якої нині становить середньому 2,2 МБ (для порівняння у 2017р. було близько 1,4МБ) [5], то у сумі це 2204,8 ГБ даних. У 15,6 фунтах на гігабайт ми отримуємо більше 15 кг CO2. Передача даних через мобільні мережі, з урахуванням 3G/4G, практично в 5 разів сильніше забруднює навколишнє середовище — 77 фунтів (34,93 кг) CO2 на гігабайт. Ці дані дозволяють побачити залежність між розміром сторінки і вуглецевим слідом, а також дають зрозуміти, що скорочення обсягу інформації, що передається, веде до зниження викидів CO2.

Нижче представлені ефективні способи зменшення вуглецевого сліду сайту, які веб-розробник можуть задіяти:

➢ зменшити вагу (в КБ) всіх веб-сторінок сайту, заміна великовагового контенту на легші альтернативи, наприклад, заміна відео на статичні зображення або заміна зображень на текст;

➢використовувати менше JavaScript, який зараз дуже популярній, але сильно енерговитратний, адже він продовжує переписувати сторінку навіть у фоновому режимі;

➢ використовувати векторну графіку та CSS-ефекти для створення візуально привабливої взаємодії з файлами набагато меншого розміру, ніж традиційні зображення, такі як JPEG та GIF;

➢ завантажувати зображення в масштабі, а не покладатися на CSS для їх зміни. Якщо використовується WordPress, це не так важливо, тому що він підтримує адаптивні зображення;

➢ зображення роблять найзначніший внесок у вуглецевий слід більшості сайтів (в середньому, 60%), тому необхідно стискати файли, зображення та відео, щоб зменшити розміри файлів без видимої втрати якості. Невелике стиснення з втратами може зменшити розмір сторінки більш ніж на 90%;

➢ уникнути автоматичного відтворення відео, попросивши користувача вибрати відтворення відео, якщо віно буде йому цікавим;

➢ звести до мінімуму призначені для користувача шрифти, які насправді можуть становити значну частину загального розміру сторінки. Розгляд веб-безпечних шрифтів ще один відмінний варіант;

➢ прийняти рішення більше не підтримувати старі браузери, такі як IE8, та використовувати тільки сучасні веб-шрифти, такі як WOFF та WOFF2, які використовують вищі методи стиснення;

➢ зменшити кількість сценаріїв відстеження та реклами, які споживають дані, рідко додаючи якусь цінність користувачеві. Ознайомтися з тим, як аналізувати продуктивність сторонніх розробників на вашому веб-сайті;

➢ використовувати мобільні рішення, такі як AMP, для миттєвого видалення поточної версії веб-сторінки;

➢ реалізація рішення для кешування також є дуже важливою. Кешування-це процес зберігання ресурсів з одного запиту та повторного використання цих ресурсів для подальших запитів. По суті, це зменшує пропускну здатність сервера, необхідну для створення перегляду сторінок, за рахунок зберігання статичних ресурсів, зовнішніх по відношенню до хоста [2].

Такі дії можуть допомогти знизити розмір даних, що передаються, і зменшити кількість HTTP-запитів на сервері. Так само такі дії в першу чергу роблять сайт «легше» що означає його швидке завантаження/роботу (5 секунд або менше), тим довше сеанси користувача (70%), тим нижче показник відмов (35%) і вище видимість реклами (25%) [2], що дуже вигідно для власника сайту – це є ще один важливий момент, що, стаючи екологічним сайтом, ви не тільки вносите свій внесок у розвиток сталого середовища, але і використовуєте ситуацію у своїх інтересах, завойовуючи довіру клієнтів, залучаючи тих, хто сидить за екраном, для взаємодії з вашим брендом і збільшуючи конверсію.

Список використаних джерел

1. Toward reducing the greenhouse gas emissions of the Internet and telecommunications.URL:https://www.sciencedaily.com/releases/2013/01/130102140452.htm(дата звернення: 08.11.2021).
2. Greening the Web: How We Can Create Zero Carbon Websites. URL: https://kinsta.com/blog/zero-carbon-websites/ (дата звернення: 08.11.2021).
3. сайт Національної лабораторії Лоренса Берклі (Lawrence Berkeley National Laboratory) URL:https://visits.lbl.gov/ (дата звернення: 08.112021).
4. Energy and the Environment. URL: https://www.epa.gov/energyданным агентства по охране окружающей среды (EPA) (дата звернення: 09.11.2021).
5. HTTParchive: Report: Page Weight. URL: https://httparchive.org/reports/page-weight (дата звернення: 10.11.2021).

УДК 005.7

Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Савьолова Т.О.
магістрантка,
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

СУЧАСНЕ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ: ПЕРСПЕКТИВИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В останні роки в Україні соціальна відповідальність у бізнес-співтоваристві також набуває все більшого оберту. В даній роботі буде розглянуте питання включення людей з інвалідність (надалі ЛІ) у склад людського капіталу компаній сфери інформаційних технологій, яку користь це може принести компанії, працівникам та суспільству загалом.

Сфера інформаційних технологій - це саме та галузь, яка може приймати на роботу людей з різними групами інвалідності, адже робота в цій галузі не потребує постійного перебування в офісі, загалом вся комунікація може проходити у дистанційній та письмовій формі, а нестандартне мислення буде тільки на користь.

Здебільшого компанії не використовують таланти людей з інвалідністю з трьох причин: нерозуміння обсягу наявних талантів; нерозуміння потенційних вигод; неправильні уявлення про вартість і рентабельності інвестицій при включенні людей з інвалідністю.

Провідні компанії світу, які успішно працюють з інвалідністю, інклюзія принесла відчутні фінансові та нефінансові вигоди, такі як: податкові знижки та відсутність необхідності сплати штрафів, більш широкий вибір кадрів, покращена продуктивність, нестандартне мислення, різні нейротипи в колективі, збільшення інновацій, формування а-ейблізмського суспільства, починаючи з “суспільства” компанії. Подолання ейблізмських стереотипів, зміна уявлення про бізнес.

У якості пропозицій автором запропонований приклад політики компанії по включенню ЛІ до складу людського капіталу (табл. 1).

Таблиця 1

Приклад політики по включенню людей з інвалідністю до складу людського капіталу компанії.

Місія	Компанія N прагне розвивати та підтримувати культуру рівності та різноманітності в сфері зайнятості, при якій до співробітників і кандидатів відносяться рівноправно, незалежно від інвалідності та гарантується роботу в доступній і інклюзивній середі, вільній від дискримінації.
Головні цінності	Ми підтримуємо політику Diversity&Inclusiony рамках якої нашими головними цінностями ми бачимо забезпечення безпечного, інклюзивного та сприятливого робочого місця, де заохочуються індивідуальність і різноманітність.
Цілі	● Компанія прагне набирати і утримувати таланти, навички та досвід, а також забезпечувати, щоб співробітники з інвалідністю - наскільки це практично можливо - могли реалізувати свій трудовий потенціал. ● Забезпечити, наскільки це практично можливо, рівний доступ до всього спектру послуг з набору персоналу, розвитку кар'єри, просування по службі, професійної підготовки та інших можливостей працевлаштування для всіх співробітників. ● Забезпечити, щоб не було несправедливої дискримінації за ознакою інвалідності і щоб доступ до працевлаштування та просуванню по службі ґрунтувався на заслугах. ● Підвищувати обізнаність працівників про потреби і права ЛІ, створювати мережі співробітників (наприклад, ERGs [1])
Масштаб	Дана політика розповсюджується на всіх співробітників компанії.
Права, ролі та обов'язки	● Співробітники з інвалідністю мають ті ж невід'ємні права, що і всі працівник компанії: до них ставляться з повагою, ввічливістю, справедливістю і рівноправністю. ● Створення фокуса і стратегії відбувається на рівні генерального/ виконавчого директора (CEO/COO/CHRO level). ● Відповідальність за керівництво та організацію програм різноманітності та інтеграції покладається на топ - менеджмент. ● Різні групи і окремі особи несуть відповідальність за розробку політики, процедур і програм дій, що стосуються рівності та різноманітності для співробітників. В першу чергу до них відносяться лінійні менеджери, які отримали професійну консультацію від консультанта по персоналу та охороні праці. ● Компанія зобов'язується : ➢ заохочувати усвідомлене і позитивне ставлення по відношенню до людей з інвалідністю; ➢ ліквідувати утиски і дискримінацію за ознакою інвалідності; ➢ забезпечити застосування принципів рівних можливостей в процесах найму, відбору та просування по службі; ➢ поліпшити доступ та переміщення по приміщенню офісу; ➢ надайте спеціально відведене місце парковки для ЛІ; ➢ забезпечити розумні умови і / або коригування для працівників з інвалідністю; і

	➢ забезпечити справедливий професійний розвиток співробітників з інвалідністю.
Навчання	Навчання людей на всіх рівнях таким темам, як несвідома упередженість та підвищення обізнаності про інвалідність.
Документ ація	Створення нормативно документації, яка наглядно демонструє політику компанії щодо ЛІ та розміщена на офіційному сайті компанії, також створення можливості подати онлайн скаргу працівникам, які вважають ,що дана політика не виконується.

Наступний крок - розробка дерева цілей під конкретну компанію та перехід від слів до справ.

Передові країни, компанії та наукові установи, які не перший рік мають справу з політикою Diversity&Inclusion, виділяють 4 ключових дії по покращенню практики інтеграції інвалідів. У одній зі статей Harvard Business Review виділяються такі [2]:

1. Визначте і змініть процеси, які підтримують несвідомі упередження.
2. Допоможіть всім співробітникам зрозуміти проблеми, з якими стикаються інваліди, і внесіть свій вклад у їх рішення.
3. Зміцніть систему найму, взаємодіючи з громадськими групами.
4. Створіть співтовариство, що підтримує один одного.

Компанії, які наділені повноваженнями, розширюючи штат працівниками з інвалідністю, не просто дотримуються законів, вони ведуть безсумнівно соціально відповідальний бізнес, який в першу чергу їм самим принесе користь, яку дає наймання більш творчих, працьовитих і різнобічних людей.

Список використаних джерел

1. What Are Employee Resource Groups (ERGs)? URL: https://www.greatplacetowork.com/resources/blog/what-are-employee-resource-groups-ergs (дата звернення: 10.11.2021)
2. 4 Ways to Improve Your Company’s Disability-Inclusion Practices. URL: https://hbr.org/2019/06/4-ways-to-improve-your-companys-disability-inclusion-practices (дата звернення: 11.11.2021)

УДК 65.015

Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту,
бізнесу та професійних комунікацій
Туінова Т.І.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ПРОБЛЕМИ, ЯКІ З'ЯВЛЯЮТЬСЯ НА ШЛЯХУ ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ

Нині в умовах ринкової економіки існує велика кількість людей, основною сферою професійної діяльності яких стала сфера бізнесу, де вміння вести ділове спілкування є однією з найважливіших умов успіху.

Ділове спілкування – це складний багатогранний процес розвитку контактів між людьми у діловій сфері. Його учасники виступають у офіційних статусах і орієнтовані на досягнення цілей, конкретних завдань. Особливістю цього процесу є регламентація, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, зумовленим національно-культурними традиціями, професійно-етичними принципами. Одним з основних видів ділового спілкування є ділові переговори.

Проведення ділових переговорів - це контактування між сторонами для досягнення своїх цілей, при якій кожна зі сторін має рівні можливості в контролі ситуації та прийнятті рішення. У вузькому сенсі переговори можна розглядати як один з методів альтернативного врегулювання спорів. Ефективна стратегія ведення вимагає спеціальних навичок і знань, залучення різних фахівців, а також чітко дотримання стадій, починаючи від підготовки до переговорів самого переговорного процесу і закінчуючи аналізом їх результатів [1].

Вести ділові переговори не так легко, як це здається на перший погляд. При підготовці до них у вас можуть виникнути деякі труднощі. Потрібно розуміти, що ефективність переговорів у великій мірі залежить від уміння спілкуватися з людьми і регулювати свій психічний стан і поведінку. А отже перш ніж розпочати спілкування з діловими партнерами ви повинні відкласти свої особисті справи в бік та заспокоїтися. Також у вас можуть виникнуть такі проблеми, як:

1. Неправильно вибрані час та дата для важливих переговорів.

Тому щоб цього не сталось потрібно завчасно обговорювати деталі переговорів (час, дату та місце переговорів).

2. Неповна підготовка до зустрічі, а сама мале ознайомлення з привітом зустрічі.

Майбутня зустріч чи переговори передбачають завчасну підготовку матеріалів. Це може бути перегляд важливих документів чи підготовка презентації.

3. Привітання. Важливою проблемою в ситуації вітання є те, хто має вітатися першим.

Деякі люди приділяють цьому надто багато уваги і судять про те, чи приймають інших людей, чи очікують, що їх приймають першими. За усталеною традицією чоловіка спочатку вітають з жінкою, юнака — зі старшим і підлеглим офіцером. Молода жінка вклонилася літньому чоловіку[2].

4. Проведення переговорів неофіційною мовою.

Питання про офіційну мову переговорів не виникає, коли партнери можуть говорити однією мовою. Якщо ж сторони представляють різномовні держави, питання про офіційну мову переговорів треба вирішувати завчасно.

У Британській співдружності націй і США говорять англійською. Іспанською мовою спілкуються в більшості країн Південної Америки, крім Бразилії. Французька визнається офіційною мовою в Бельгії, Гаїті, Люксембурзі і Швейцарії. Говорять французькою мовою також в середземноморських країнах і в деяких африканських державах. Російська мова найбільш прийнятна в спілкуванні між партнерами з держав колишнього СРСР і Східної Європи.

Сьогодні англійська мова внаслідок її великого поширення визнається мовою міжнародного бізнесу.

При виборі офіційної мови ведення переговорів не потрібно обирати мову, якою не достатньо володієте.

Ефективні навички переговорів передбачають:

- дипломатичність, відкритість до аргументів іншої сторони;
- вміння уважно слухати;
- готовність проявити добру волю і прийти до компромісу, але при цьому твердо відстоювати свою позицію;
- вміння критично й адекватно оцінювати ситуацію;
- чітке розуміння меж і умов, поза якими будь-яке рішення буде неприйнятним;
- вміння логічно формулювати свою позицію, аналізувати й намагатися
- зрозуміти доводи співрозмовника [3].

«Переговори – це не місце для імпульсів, це місце для дипломатії», – говорить французьке прислів’я. Професіонал повинен бути дипломатом. Це мати в своєму арсеналі прийоми, інструменти та ключі, які дозволяють «відкрити серця» партнерів. Зніміть їх опір, нейтралізуйте їх «нечесні» дії.

Усі навички виявляються в діях, які можуть бути правильними або неправильними. Правильні, психологічно грамотні дії ведуть до

досягнення бажаних цілей. Помилки іноді призводять до протилежного результату.

Таким чином, зі 100 переговорів лише 10 закінчуються взаємним бажанням зберегти відносини надалі і лише в одному випадку - укладенням угоди (письмової чи усної).

Підготовка до переговорів займає багато часу, але заощаджує більше часу, ніж потрібно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Організація та проведення переговорів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.smartsolutions.ua/ua/organizacziya-ta-provedennya-peregovoriv
2. Ділові зустрічі та переговори // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vidnosin/p9.html
3. Секрет успішних ділових переговорів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://online.novaposhta.education/blog/sekreti-efektivnih-dilovih-peregovoriv

УДК 33.331.444

Ізюмцева Н.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна
Юрченко Н.Є
Студентка групи АМ-11Б
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

У роботі розглядаються основні психологічні аспекти тайм-менеджменту У науці часто цю тему розглядають у рамках теорії менеджменту, ігноруючи важливість такого основного чинника, як психологія людини. Ми демонструємо спробу показати важливість даного фактора та його можливості при керуванні таким непоправним та безцінним ресурсом, як час.

Тайм-менеджмент нерозривно пов'язані з психологією людини у цій статті ми ставимо собі за мету освятити цю ідею. По - перше, почнемо з того, що мистецтво керувати часом вимагає багатьох особистісних якостей людини, такі як терпіння, інтелект, здатність керувати собою, цілеспрямованість та інші. Не кожному дані якості з народження, комусь їх необхідно розвивати чи виявляти у собі за рахунок, роботи з психологом чи професійним коучем. Якщо цього не робити, це може стати великою перешкодою на шляху ефективного керування своїм часом.

Крім того, людині необхідно розуміти свої особистісні особливості, усвідомлювати себе, щоби будувати ефективне управління часом. Для цього практикується побудова «сходів тайм-менеджменту», де людині необхідно проаналізувати свою особисту філософію, цінності, пріоритети, цілі. «Сходами» вона називається саме тому, що людині потрібно просуватися до розуміння своїх щоденних дій здалеку. Спочатку він аналізує особисту життєву філософію, свої цінності, потім він приходить до особистої життєвої стратегії - важливо визначити свої пріоритети, цілі, після чого людина переходить до аналізу особистої ефективності, за рахунок найкращого планування своїх завдань, термінів і ресурсів часу. Все це вимагає роботи самим із собою, зі своєю психологією. Таким чином, ми бачимо, що для того, щоб тайм менеджмент був ефективним, необхідно дивитися на неї з ширшої точки зору, тобто розглядати всю особистість людини загалом.

Деякі аспекти, які часто розглядаються в теорії тайм-менеджменту як негативні, у психології можуть трактуватися цілком природно, оскільки

дана сфера знань розглядає проблеми більш детально та намагається зрозуміти їхню суть. Наприклад, такий, що часто визначаються негативним, аспект, як лінощі. Лінь «з'їдає час», не призводить до результатів, з нею треба боротися – це те, чого навчають багато підручників з тайм-менеджменту. Проте, з погляду психології ліньки може розглядатися як цілком нормальна захисна реакція організму, яка швидше опосередковано вказує на перевтому, розтраченість енергетичних, емоційних та фізичних ресурсів, а також на те, що у людини «повинен» не відповідає «хочу», що досить небезпечний сигнал змін. Також ліньки може вказувати на інтуїтивне почуття непотрібності поставленого завдання в даний момент часу або вказувати на те, що людині необхідно розслабитися для того, щоб вона прийшла до важливого творчого «інсайту». Як бачимо навіть зазначені аспекти вже вказують на важливість психологічного аспекту під управлінням своїм часом.

У підручнику Рєзнікова «Персональний менеджмент» ця тема дуже розгорнута. Давайте розглянемо, чого може призвести ігнорування даних аспектів. По-перше, це може призвести до того, що людина перебуватиме в негативному становищі, тому що їй буде необхідно виконувати завдання, які можуть не відповідати її бажанням. Не проаналізувавши свою життєву філософію, людина може потрапити до капканів рутини, нудьги [1].

По - друге, людина при даному становищі духу, просто не зможе виконати необхідні йому функції, так як у нього не вистачить для цього внутрішньої мотивації, бажання, сил.

Принаймні, дослідники з Університету Флориди у США провели опитування серед кількох десятків студентів, під час якого їм було запропоновано вибрати один з варіантів дій при вирішенні складних завдань. По результатам опитування була відібрана група з 60 осіб. З них 35 відповіли, що отримують задоволення від виконання завдань, які включають у себе придумування нових шляхів віршування проблем. Інші відповіли, що думають над завданням тоді, коли на це виникає необхідність [2].

На учасників експерименту наділи фітнес-браслети, які протягом двох тижнів заміряли рівень їх активності. В результаті було виявлено, що група «думаючих» студентів здійснює набагато менше рухів. Крім того, лінь є ознакою того, що людина схильна до занурення у власні думки, а фізично активні люди витрачають енергію, і у них просто не залишається сил на різного роду роздуми. При цьому вчені підкреслюють, що високий IQ не є виправданням.

Наприкінці, ми можемо знову наголосити на важливості психології в теорії тайм-менеджмент, це дві нерозривно пов'язані сфери життя людини, які мають розвиватися разом.

Використані джерела:

1. Рєзнік С.Д., Удалов Ф.Е., ... Персональний менеджмент. Підручник М. 2002

2. Трейсі Б. Тайм-менеджмент за Брайну Трейсі. Як змусити час працювати на вас: [навчальний посібник] / Б. Трейсі. - М.: Альпина Бізнес Букс, 2016. - 302 с

УДК 378:005

Карімов Г. І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровського державного технічного університету
Мішагіна І. А.
магістрант кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровського державного технічного університету

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на всі сфери життєдіяльності суспільства, в т.ч. і на освіту. За час вимушеного дистанційного навчання було визначено низку проблем технічного, психологічного та методологічного характеру. Основним нормативним документом, який регламентує дистанційне навчання, слід вважати «Положення про дистанційне навчання», затверджене наказом Міністерства освіти і науки України № 466 від 25.04.2013 р. Принциповою відмінністю визначення дистанційної форми є чітка орієнтація на використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [1]. Вирішення цих проблем, змусило активізувати певні програмні компетентності здобувачів вищої освіти, що пов'язані з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій та навичок самостійної та командної роботи. Набуття таких компетентностей є результатом досягнення наступних результатів навчання (навчальних цілей), за класифікацією, що є загальноприйнятою в міжнародному освітньому середовищі:

- в когнітивній (пізнавальній) сфері, за Б. Блумом

" 3. Застосування – здатність використовувати вивчений матеріал у нових ситуаціях.

6. Оцінювання – здатність оцінювати важливість матеріалу для конкретної цілі" [2].

- в емоційній (афективній) сфері, за Д. Кратволом

"1. Сприйняття. Характеризує бажання (направленість) студента отримувати необхідну інформацію.

2. Реагування. Стосується активної участі студента в освітньому процесі.

4. Організація та концептуалізація. Стосується процесів, з якими стикаються особи, коли треба поєднати різні цінності, вирішити конфлікти між ними, засвоїти певну систему цінностей.

5. Характеристика системи цінностей. На цьому рівні особа має сформовану систему цінностей, що визначає її відповідну послідовну та передбачувану поведінку” [3].

- у психомоторній (діяльнісній) сфері, за класифікацією наведеною у методичних рекомендаціях щодо розроблення стандартів вищої освіти

“2. Відтворення маніпуляцій. Виконання певних дій за допомогою інструкцій та практичних навичок.

3. Досягнення точності. Здатність виконувати завдання при невеликій кількості помилок і робити це точніше без наявності фахової допомоги” [4].

Як видно, більшість питань належать до емоційної (афективної) або ціннісно-мотиваційної сфери навчальних цілей, тобто сприйняття здобувачем вищої освіти специфіки та особливостей дистанційного навчання. До відповідних загальних компетентностей, із переліку тридцяти визначених фахівцями проекту TUNING для випускників закладів освіти, можливо віднести:

Інструментальні компетентності:

“• здатність до організації і планування,

• елементарні комп’ютерні навички,

• навички управління інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел)” [5].

Міжособистісні компетентності:

“• взаємодія (робота в команді),

• здатність працювати в міждисциплінарній команді” [5].

Системні компетентності:

“• здатність до навчання,

• здатність пристосовуватися до нових ситуації,

• здатність працювати самостійно” [5].

З переліку дескрипторів Національної рамки кваліфікацій, на нашу думку, доцільно звернути увагу на наступні:

Комунікація

“• Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації

• Збір, інтерпретація та застосування даних” [6]

Відповідальність і автономія

“• Спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах

• Формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти

• Організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп

• Здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії” [6]

Тобто, специфіка дистанційної освіти активує, в першу чергу, комунікативні здатності та самостійність рішень і відповідальності здобувачів освіти.

Список використаної літератури:

1. Положення про дистанційне навчання / Наказ Міністерства освіти і науки України № 466 від 25.04.2013 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ z0703-13 (дата звернення: 25.07.2021).

2. Bloom, Benjamin S. Taxonomy of Educational Objectives (1956). Published by Allyn and Bacon, MA. Copyright (c) by Pearson Education: Boston. 1984. 216 p.

3. Krathwohl, D. R., Bloom, B. S., Masia, B. B. Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook II: the affective domain. David McKay Company: New York. 1964. 196 p.

4. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти / Наказ Міністерства освіти і науки України № 600 від 01.06.2017. (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 584) URL: https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo (дата звернення: 25.07.2021).

5. Tuning Educational Structures in Europe (2007). Introduction to Tuning-2. URL: http://www.unideusto.org/tuningeu/images/stories/documents/ General_Brochure_final_version.pdf (дата звернення: 02.08.2021).

6. Національна рамка кваліфікацій / Постанова Кабінету Міністрів України № 1341 від 23 листопада 2011 р. (в редакції постанови Кабінету Міністрів України № 519 від 25 червня 2020 р.) URL: https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text (дата звернення: 02.08.2021).

УДК 331.44

Коробка В. Ю.
Студентка групи АМ-31Б
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Науковий керівник
Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н.Каразіна

ПРОБЛЕМАТИКА ҐЕНДЕРНОГО АСПЕКТУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ ЛІДЕРСТВА

На сьогодні існує багато різноманітних організацій, які функціонують в різних сферах економіки, однак не всі досягають того рівня процвітання, коли вони можуть забезпечити собі сталий дохід, можливість інтеграції на світовий ринок та розширення своєї сфери діяльності, тим самим збільшуючи свій капітал. Одним з ключових факторів такого стану подій є ефективність управлінської діяльності. В свою чергу, успішна управлінська діяльність не може функціонувати без лідера, адже саме він відіграє значну роль у досягненні ефективності цього процесу.

Необхідність дослідження ґендерного аспекту в реалізації функції лідерства зумовлена трансформацією сучасних відносин на ринку праці, а саме інтенсифікацією процесів фемінізації ринку, тобто збільшення частки жінок на ринку та поширенням проблематики ґендерної рівності в Україні.

Лідерство є важливим видом діяльності, який пронизує всю систему управління організацією. Ефективне виконання функцій планування, організації, мотивації і контролю без лідерів, які здатні заохочувати інших працівників до роботи, позитивно на них впливати і вести за собою, тим самим досягаючи позитивних кінцевих результатів, є скоріше винятком, ніж правилом.

Перш за все необхідно відзначити, що поняття лідерства загалом передбачає відносини з послідовним та цілеспрямованим несиловим впливом окремої особистості (лідера) на певні групи з використанням певних методів з метою спонукання людей до досягнення спільних цілей на благо організації.

В професійній діяльності урахування соціальних, психологічних, культурних особливостей чоловіків та жінок є необхідним при вивченні взаємодії окремого лідера з його командою, адже вони різняться за своїми управлінськими якостями та використовуваними ними методами впливу, що неодноразово підтверджують різні дослідники.

Наприклад, такі дослідники, як Дж. Мак-Кі та А. Шерріффс стверджують, що типово чоловічий образ – це набір рис, пов'язаний із соціально необмеженим стилем поведінки, компетенцією і раціональними здібностями, активністю й ефективністю. Типовий жіночий образ включає соціальні та комунікативні уміння, емоційну підтримку. При цьому автори вважають, що надмірний акцент як на типово чоловічих, так і типово жіночих рисах набуває і негативного оціночного забарвлення: негативними якостями чоловіків визнаються брутальність, авторитаризм, надмірний раціоналізм тощо, а жінок – формалізм, пасивність, зайва емоційність тощо [1].

Досліджуючи проблематику гендерного аспекту реалізації функції лідерства слід зазначити, що і на сьогоднішній день в переважній більшості організацій ставляться відміні вимоги до керівників (лідерів) різної статі. Нажаль, жінки цінуються менше. Вимоги, які висуваються до них, є вищими, і аби піднятися по ієрархічним сходам, жінки повинні докласти більше зусиль, ніж чоловіки. Така ситуація складається переважно через гендерні стереотипи, які часто пояснюють психологічними й фізіологічними особливостями жінок, адже зазвичай вони вважаються менш схильними до ризику, більш емоційними та вразливими, що в результаті обмежує їх можливості займати керівні посади на вищих рівнях управління. Тому пріоритет надається чоловікам, які вважаються владнішими, впевненішими у собі, ризиковішими, більш підтримуючими нововведення та раціональнішими.

Окрім того, досить часто перебільшується роль гендерних стереотипів. Тобто, відмінності між чоловіками і жінками підкреслюються більшою мірою, ніж вони є насправді і під впливом цих гендерних стереотипів гальмується розвиток тих особистісних якостей, що не відповідають цим стереотипам, навіть тоді, коли це не відповідає прагненням та бажанням чоловіків та жінок в дійсності [2].

Слід зазначити, що досить актуальним питанням на сьогоднішній день в реалізації гендерного аспекту лідерства переважно в країнах пострадянського простору, зокрема в Україні, є невизнання гендерної нерівності. Незважаючи на те, що історично в радянському соціумі визнавалась значущість жінки, але не як лідера, а як берегині домашнього вогнища, тилу свого чоловіка. Саме тому амбіційні жінки, які готові на рівних приймати участь у вирішенні проблем на вищих щаблях влади, досить часто не мають підтримки з боку суспільства.

Підсумовуючи все вищенаведене можемо сказати, що і на сьогоднішній день рівноправність в системі менеджменту реалізується недостатньо. Нажаль, положення чоловіків і жінок в суспільстві багато в чому залежить від загальноприйнятих стереотипів. Одним із важливих завдань керівників сучасності є формування такої культури відносин в організації, в якій панує повага та розуміння до особистості незалежно від

її статі. Забезпечення рівних можливостей оплати праці, гнучкого графіку роботи, збереження робочих місць під час декретної відпустки, просування по кар'єрних сходах повинні існувати в компанії за замовчуванням. Лідер має уникати стереотипного ставлення до інших і, в тому числі, до себе також з урахуванням насамперед людських якостей, а не жіночих чи чоловічих.

Список використаних джерел

1. Кар'єра і соціальні стереотипи // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://wcu-network.org.ua/ua/possessing-equal-rights/article/karera_i_socialni_stereotipii

2. Костюк І. В., Стадник В.В. Гендерні аспекти лідерства у сфері управління / І. В. Костюк, В. В. Стадник //Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2019. – №2. – С. 57-61.

УДК 33.331.444

Косовцова А.С.
Студентка групи АФ-11Б
Науковий керівник
Ізюмцева Н.В.
К.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту,бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна.

ПРОБЛЕМА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЧАСУ, ЯК ГОЛОВНОГО РЕСУРСУ

Час – це найдефіцитніший ресурс, тому якщо його не взяти під контроль, то абсолютно все в нашому житті стає неконтрольованим, найбільша цінність в житті кожної людини. Якщо вміти правильно його організовувати, відкриється безліч нових можливостей.

Час - вичерпний ресурс. Існує безмежний перелік справ, на які ми його втрачаємо. Витрачаємо на створення чогось нового, на розв'язання власних проблем, на планування розпорядку дня, на збори, на пошук нової інформації та на її обробку, налагодження зв’язків. Бездумно витрачаємо час на соціальні мережі, витрачаємо час на сварки та на докази. Витрачати час легко, особливо легко витрачати на неважливі для нас речі, але ми часто забуваємо, що час не повернути, ще нікому цього не вдавалося зробити, на жаль.

Нещодавно було проведено опитування, щодо того, скільки людина в середньому проводить часу зі своїм гаджетом. Результати наведено на рис. 1 [2].

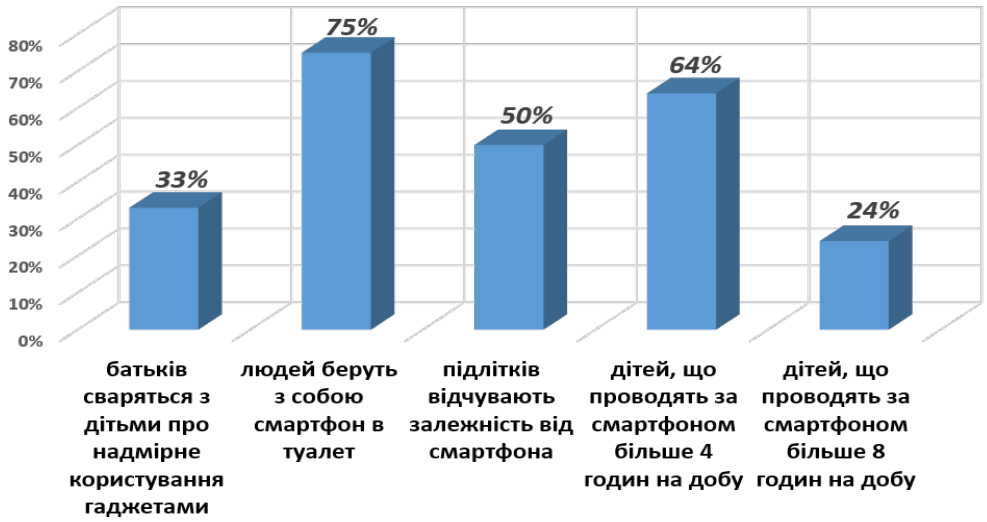


Рис.1. Час, який людина проводить зі своїм гаджетом

Якби людство розробило машину часу, кожна людина нею б скористалася. Та якщо поставити питання «що ти хочеш змінити в минулому за допомогою машини часу?» Більшість людей відповість, що хоче виправити помилки, які скоїв, хоче зовсім інакше розпорядитися часом, який витратив на неважливі речі. Бездумно витрачав його на моніторинг соціальних сітей, лежання на дивані, перегляд телевізора, зовсім непотрібних йому фільмів, новин, телепередач, які в нього вилітають з голови на наступний день.

Тож тепер вернімось до реальності. У нас немає машини часу, час, який ми прожили не повернути. Але почнімо зараз робити корисні справи, які будуть приносити нам користь, не тільки нам, а й суспільству. Почнімо робити хоч щось, а не гаяти час на соціальні мережі, непотрібних нам людей та телевізор.

Щоб правильно та ефективно розподіляти свій час, кожній людині потрібна ціль. Що таке ціль? Ціль - це конкретна ідея або мрія. На жаль не кожна людина вміє правильно поставити собі ціль та уявити мрію, або не можуть її правильно сформулювати.

Людина без цілей як корабель, який збився з маршруту і не може знайти свою гавань. Цілі наповнюють життя сенсом, дають стимул, мотивацію. З цілями життя стає більш насиченим, яскравішим, цікавішим. У кожної людини є свій стимул для виконання своєї цілі. Тому, якщо раптом хтось не має цілі, то обов’язково кожна людина повинна придбати її, як можна скоріше.

Планування часу. Потрібно правильно вміти планувати свій час. Цьому навчаються не відразу, а поступово. Щоб зробити всі справи, які заплановані найближчим часом, потрібно правильно спланувати послідовність виконання, розпланувати дії, та не просто розпланувати, а правильно розпланувати. Не виконувати одразу все, а поступово, маленькими кроками йти до кінцевого результату. Бажано не тільки планувати час на роботу та досягнення мети, а й планувати час на відпочинок. Без відпочинку наш організм швидко втомиться та буде емоційне вигорання. Як наслідок ми втратимо мотивацію, наші цілі, не будемо робити маленькі кроки до великого результату.

Щодо рекомендацій стосовно планування часу. Особисто мені добре допомагає перенесення своїх планів до блокнота, який знаходиться в моєму гаджеті. Вночі, коли лягаю спати, я відкриваю програму на своєму телефоні та одразу записую всі плани, які я хочу встигнути зробити наступного дня. Тож раджу вам записувати свої плани на мобільний додаток, або якщо вам більш зручно на папір, то придбайте собі планер та записуйте всі плани в нього.

Головним завданням перед людиною стоїть – правильне розставлення пріоритетів. Щоб ефективно розподіляти свій час не витрачати його на «пожирачів часу» потрібно розставити пріоритети. Важливо розділити

виконання справ на : важливість та терміновість. Далі, коли ви будете планувати свій день в першу чергу потрібно виконувати важливі та термінові справи, далі термінові та не дуже важливі, далі важливі та не дуже термінові, і так далі, в міру спадання терміновості.

Безліч людей не може правильно розставити пріоритети, люди витрачають свій час на соціальні мережі, на свої гаджети в цілому. Тож щоб уникнути марнування часу, раджу вам покласти перед собою чистий листок та написати на ньому ті справи, які для вас по справжньому важливі, від яких, можливо, залежить ваше майбутнє. Особисто мені в правильному розставлені пріоритететів допомогла часткова відмова від свого гаджету, розуміння того, що моє життя – це моя справа, ніхто не буде йти до цілей крім мене. Відповідальність повністю на мені. Тому не витрачайте свій час на гаджети та інших «пожирачів часу», плануйте, розставляйте пріоритети, досягайте своєї мети, а головне – не забувайте для чого або для кого ви це робите.

Для того, щоб організувати свій час, є безліч програм. Програми можна встановити на телефон та на комп'ютер, як буде зручно вам. З цими програмами набагато краще жити. Можливо, якщо вам не подобаються електронні помічники, то завжди залишається актуальним - планер. Багатьом людям планер та взагалі перенесення своїх цілей(планів) на папір, приніс величезний успіх та взагалі досягнення цілей та конкретної мети.

Власна мотивація. Мабуть, це найважливіший пункт, бо як вам відомо, то без мотивації не вийде нічого, людина нічого не зможе досягти. Внутрішня мотивація дозволить вам отримувати великий результат від власної роботи та планувати та використовувати свій час ефективно. Як тільки плануєте нову ціль, уявіть відразу який результат на вас чекає. Візьмемо за приклад студентів вищих закладів, багато не має мотивації навчатися, та через це вони мають погані оцінки. Серед студентів було проведено опитування (рис 2)[3].

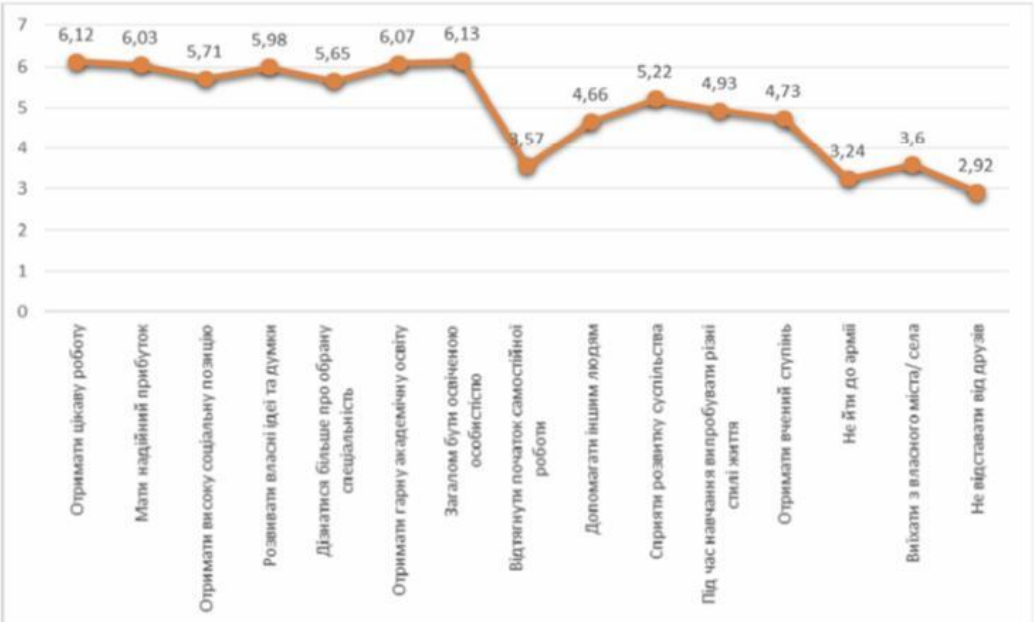


Рис.2. Мотивація студентів до навчання в ВНЗі

Правильне організування часу в процесі навчання для реалізації особистих потреб та цілей – справжній талант, який властивий не всім.

Висновок за результатами дослідження можно зробит наступний: бережіть свій час, користуйтесь своїми планерами, записуйте всі цілі, продумайте кожен крок. Не гайте час даремно. Пам'ятайте, що час не повернути, розумно вчіться його витрачати.

Використані джерела:

1. Лепін, А.Що таке цілі в житті людини і які бувають/А.Лепін. - Київ:Українська ТОП газета,2020 - 121 с. https://uaeu.top/nauka/shcho-take-ts-l-v-zhitt-lyudini-yak-buvayut.amp.html
2. Джужук, В. Інтернет та гаджетозалежність/ В. Джужук,- Вінниця,Війтівська ЗОШ,2020 -12 с https://wishkola.org.ua/internet-zal
3. Губерський,Л. Університетське дослідження/ Л. Губерський - Київ,2017 - 15 с. http://unidos.univ.kiev.ua/sites/default/files/files/reliz_13_1k.pdf

УДК 004:339.5

Моісеєнко Т. Є.
к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

НАПРЯМИ ПОЗИТИВНОГО ВПЛИВУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНИЙ ТОРГОВИЙ БІЗНЕС

Процес діджиталізації не є новим, проте, характеризується надзвичайно стрімкими темпами розвитку в останні роки, за рахунок різних факторів впливу, наприклад, її здатності до збирання, аналізу і застосування величезного обсягу інформації, яка стала доступною завдяки розвитку мережі Інтернет, а також враховуючи і наслідки глобальної пандемії викликаної коронавірусною хворобою (COVID-2019). Такі зміни торкнулись практично усіх сфер та напрямів діяльності, міжнародна торгівля не є винятком.

Сучасні технологічні розробки прямо впливають на прискорення темпів перебігу торгових операцій за допомогою цифрових мереж, особливо що стосується послуг, утворюються нові можливості завдяки розширенню ринків, що зумовлює наявність більшої кількості торговельних угод та підвищує швидкість їх реалізації.

Позитивний вплив діджиталізації у міжнародному торговому бізнесі є безперечним та вбачається у наступних напрямах (табл. 1).

Таблиця 1

Деякі напрями позитивного впливу діджиталізації на торговий бізнес

№	Напрям	Характеристика
1	Витрати	● зниження рівня витрат на участь у процесах міжнародної торгівлі;
2	Процеси	● спрощення внутрішніх процесів з більш широкими застосування цифрових рішень; ● скорочення рівня бюрократії за рахунок відмови від паперового документообігу на користь електронного; ● оптимальність та зручність перебігу процесів, що викликано необхідністю їх автоматизації; ● прозорість процесів.
3	Маркетинг	● можливість запропонувати нові продукти та послуги більш широкій аудиторії споживачів та будь-якому ринку в світі; ● розширені можливості для онлайн маркетингу; ● можливість швидкої обробки значних обсягів

		інформації та даних (Big data); ● індивідуальний підхід до кожного споживача.
4	Виробництво	● спрощення координації глобальних ланцюгів створення вартості товарів та послуг;
5	Контрагенти	● автоматизований пошук контрагентів; ● підвищення рівня якості комунікації з контрагентами за рахунок прозорості спільних процесів, автоматизації обробки даних, електронної системи документообігу
6	Логістика	● прискорення темпів доставки за рахунок автоматизованої системи складування та пошуку, координації із сервісами доставки; ● автоматизовані системи відстеження товарів та послуг у режимі реального часу, етапів їх доставки.
7	Технології	● розповсюдження інновацій, ідей, прогресивних технологій; ● суттєве зростання рівня якості мережевої інфраструктури і зв'язку; ● розвиток апаратного та програмного забезпечення, що дозволяє постачати товари та послуги на глобальний ринок;
8	Торгові операції	● прискорення темпів та підвищення рівня якості кооперації підприємств і споживачів у всьому світі; ● зростання масштабів та швидкості здійснення торгових операцій; ● започаткування складніших торговельних операцій; ● відстеження інформації щодо етапів реалізації торгових угод у режимі реального часу;
9	Законодавство	● виявлення та ініціювання до удосконалення нових політико-правових питань, які необхідно врегулювати кожній країні окремо та спільними зусиллями у глобальному масштабі.

Вплив діджиталізації на перебіг торгових угод чітко простежується для таких її форм, як: онлайн та оффлайн.

Так, наприклад, під впливом діджиталізації процеси логістики, як елементи міжнародної торгівлі, зазнають суттєвих змін, перетворюючи транспортну галузь, систему складування та оптимізуючи етапи доставки. Згідно даних, відображених у дослідженні PricewaterhouseCoopers (PwC) [1], 54% опитаних транспортних та логістичних компаній очікують, що

діджиталізація збільшить рівень їх доходів, а споживачі, у свою чергу, у 88% випадків готові платити за доставку вищу вартість, за умови, що доставку буде здійснено у день замовлення [2]. Консалтингова компанія зазначає, що діджиталізація вже трансформує всі сегменти сфер транспорту та логістики, і очікується, що це буде найвпливовішою тенденцією у найближчій перспективі, змінюючи основні цілі торгових підприємств. Рішення щодо діджиталізації впливають на бізнес-процеси та моделі ведення торгового бізнесу, а їх застосування обумовлено поведінкою споживачів, наявністю технологій і можливостей для бізнесу. Так, діджиталізація має вплив не лише на оптимізацію процесів торгівлі, а і на вимоги споживачів до рівня сервісу, якості, швидкості реакції з боку торгової компанії.

Для онлайн торгівлі залишаються актуальними технології Індустрії 3.0 та набирають обертів технології Індустрії 4.0. У будь-якому випадку, щоб виправдати очікування споживачів та досягти конкурентоспроможності на глобальному ринку бізнесу потрібно дотримуватись принципів гнучкості, технологічності, інноваційності, своєчасно впроваджувати зміни до процесів, а також відстежувати сучасні тренди діджиталізації. Споживачі прагнуть до розширення можливостей персоналізації щодо онлайн замовлення, відстеження та оплати товарів і послуг. У свою чергу, доцільно виокремити і основні сучасні тренди міжнародного торгового бізнесу: омніканальність; розвиток штучного інтелекту; інноваційні розробки в галузі когнітивних обчислень; удосконалення технологій оплати у мережі Інтернет; доповнена реальність (особливо стосуватиметься такого напряму, як ритейл); сервіси миттєвої доставки (до двох годин з моменту оформлення замовлення); персоналізація для споживачів; зручні у використанні сервіси для споживачів; візуальний пошук товарів та соціальний шопінг; єдність реальності, віртуальності та просторових мереж.

Крім того, важливо віднайти баланс між онлайн і офлайн бізнес діяльністю, що стрімко розвивається під впливом діджиталізації.

Список літератури

1. CEE Transport & Logistics Trend Book 2019 PWC [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/transport-logistics-trendbook-2019-en.pdf
2. PwC Global Consumer Insights Survey 2020 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/consumer-insights-survey/2020/pwc-consumer-insights-survey-2020.pdf

UDC 658.336

Moroz S. T.
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N.Karazin Kharkiv National University
Semenchenko T.O.
PhD in Education, Associate Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications

TIME MANAGEMENT TECHNIQUES TO INCREASE STAFF PRODUCTIVITY

By using time management tools, you can become more productive, make better decisions about your time and reduce the time you spend on things like reporting and invoicing. When we talk about time management tools, you have to be aware that it's quite easy to become enthusiastic about a new tool. The hard part is consistently using the selected tool.

Here is a list of things with which time management tools can help you the most: writing down your goals (clearly defined goals help with time management tremendously); organizing your week and scheduling how you will spend your time in advance; having an overview of all the tasks that need to be completed (with deadlines); prioritizing your tasks (or not forgetting about them); recording and analyzing all the time spent (for optimization purposes); simplifying administration (such as reporting, invoicing etc.); coordinating with your team; minimizing distractions and focusing better; reflecting on where you can improve and developing new habits. All these things should result in you being more successful – making better decisions about your priorities, taking on bigger projects with higher value added, saying no to unimportant things etc., and more efficient ones – working faster in the flow without distractions, saving time with reporting, communicating about your goals better etc. At the bottom line, if you choose the right technology stack (and actually use it), you can earn more money and simultaneously have more free time. Let us consider the strategies.

1. Eat a frog. The time management frog is the most frustrating thing you have to do. And, as the ancient history says, if you eat a frog in the morning, nothing on that day will seem more difficult for you and your mood will be excellent, since nothing more unpleasant will happen. The same should be done with the most difficult and responsible matters that cause us more anxiety. Do them first, don't put it off! After that, you will feel a surge of energy and effectively spend the rest of the day.

2.Technique of tomato. The principle of implementation: we determine the task that needs to be completed, after which we start a timer for 25 minutes. We work without distraction until the timer rings, after which we take a break for 5 minutes. After every 4 work periods we take a long break, 20-25 minutes. The bottom line is that until your timer counts down the specified time, you are not

distracted from work, and then you can completely postpone work for a short period and calmly rest during the selected rest time. This way, you constantly alternate work and rest, change activities and avoid overwork. By the way, such an unusual name for the method was chosen because its creator, Francesco Cirillo, used a kitchen timer in the form of a tomato.

3. Divide the task into blocks (salami method). How can you quietly eat a whole stick of sausage in the evening? It's very simple - cutting off in small pieces. Likewise, all complex, multi-component cases must be divided into parts. Break them down into small sub-tasks and gradually complete them. So you get rid of unnecessary excitement, structure your activities and can gradually achieve the desired result.

4. To do list. Get in the habit of constantly jotting everything, even the smallest, into a notebook or notes on your phone. You will need this list for those times when you suddenly have free time. At this point, you look at your list and choose what you can do right now. For example: you unexpectedly find yourself in a long line and the wait will last at least an hour. You look at your list and remember that you need to call on one of the things, and you can do it right now. Or you see that you were planning to look for something on the Internet that you constantly do not have time to do at home, and now you have a free hour.

5. Accounting for biological rhythms. We all know the classification of the "morning owl", which divides people into those who tend to wake up late, stay up late and do things in the evening, and those who prefer to do everything in the morning. Try to structure your schedule to accommodate the requirements of your body. If you are a morning person, put your most important tasks in the morning. If you are a "night owl" - try to move the most important things to a later time of day, when you will be in the most active state.

6. The 60/40 principle. We have already mentioned this principle in the article "how to start doing everything" and its essence is as follows: plan business only for 60% of your time, and leave 40% free in case of unforeseen circumstances. This will allow you to always have a margin of time and not worry if something went wrong.

7. Keep diaries. Be sure to use diaries to plan things. These can be paper notebooks, signs, applications on the phone, and any other form. The main rule - one way or another, everything must be fixed. Otherwise, you will constantly forget to do one thing or another.

8. Observe the stages of affairs. This technique is as follows: strive to do things in sequence, first finish one, and only then start another. In this case, the quality is always higher than in a situation where we are trying to do several things at the same time. With frequent switching from one task to another, we can miss important points, get distracted, or make mistakes.

Time management techniques do not need to be mastered in order to push as many tasks into your day. They, on the contrary, help to simplify work, to do things faster and better.

References:

1. Time management techniques. – Available online at: https://likeu.ua/blog/7-time-management-technques/
2. Why time management tools will boost your performance. – Available online at https://www.spica.com/blog/best-time-management-tools

УДК 336.71:658.8

Морозова Н.Л.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Татарко М.С.
здобувач вищої освіти, студентка гр. АФ-22М
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ РЕКЛАМИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ

Розвиток інноваційної діяльності банківського сектору в Україні ускладнюється тим, що загальна державна екосистема управління нововведеннями не пристосована до нових умов управління. Інноваційна політика суб'єктів господарювання, таких як банки та фінансові установи повинна спрямовуватися на те, щоб запропонувати широкий спектр послуг та сервісів, принципово нових видів технологій та продукції, розширити мережі доступу, що вимагає формування дієвої системи інноваційного підприємництва. Здійснення інноваційної діяльності в цілому передбачає такі етапи, як: розробка планів і програм інноваційної діяльності; спостереження за ходом розробки інновації та її впровадженням; розгляд проектів розробки інновації; проведення єдиної інноваційної політики; координація інноваційної діяльності в функціональних підрозділах; забезпечення фінансовими та матеріально-технічними ресурсами; забезпечення розробки інновації кваліфікованими кадрами; створення тимчасових цільових груп для комплексного вирішення інноваційних проблем – від мети до впровадження інновації [2].

Ефективність впровадження інноваційних продуктів – складна соціально-економічна категорія, яка відображає характерні економічні, соціальні, психологічні та інші особливості об'єкта дослідження з урахуванням ступеню задоволеності інтересів споживачів (товарообіг, рівень цін, асортимент), засновників (розподіл прибутку, дивіденди), колективу. Для кожного конкретного суб'єкту чи процесу діяльності можливо виміряти різні показники ефективності [1]. У фокусі нашого дослідницького інтересу знаходиться ефективність рекламної діяльності в банківському секторі. В ході роботи були отримані оцінки ефективності різних засобів реклами. Які розділені на загальні 2 групи:

- Традиційні (буклети, радіо, ТВ, банери);
- Інноваційні (Віртуальні, промоутер, інтернет, промоакції).

У процесі аналізу ефективності кожної групи були виявлені наступні закономірності: вартість не впливає на ефективність; інноваційні засоби не

можна назвати однозначно більш ефективними; кожен вид реклами найбільш ефективно впливає на певні цільові групи; для максимальної віддачі від рекламної компанії, необхідно впроваджувати і традиційні види реклами, і інноваційні. Фрагмент результатів оптимального перерозподілу коштів бюджету на одну рекламну кампанію на основі реалізації задачі лінійного програмування з заданими обмеженнями, використовуючи інструментальні засоби MS Office «Пошук рішень» (рис. 1).

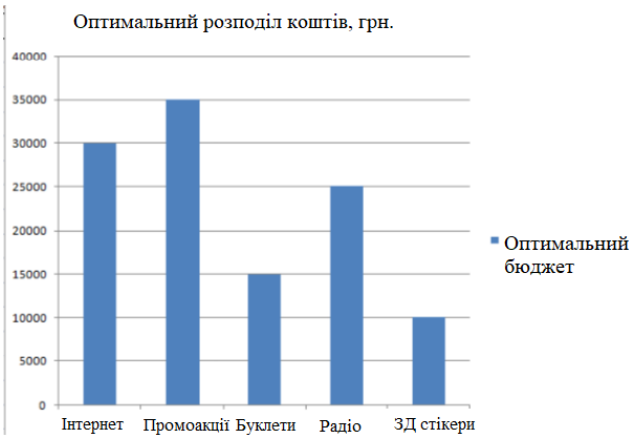


Рис. 1. Оптимальний розподіл коштів рекламного бюджету

На прикладі рекламної стратегії МОНОБАНКУ [3, 4] вдалося виявити найбільш ефективні види реклами. Аналіз показав, що при використанні тільки однієї групи (традиційні або інноваційні) реклами, ефективність знижується, так, наприклад, в разі синтезу найбільш ефективних засобів реклами інноваційних і традиційних, вартість рекламної компанії можна знизити в середньому на 25%, і при цьому збільшити кількість клієнтів на 30%. Результати балансової моделі розподілу та оцінки ефективності в основі якої максимізація цільової функції за кількістю залучених клієнтів та мінімізацією вартості продемонстровано на графіках (рис. 2). До того ж, синтез дозволяє збільшити охоплення аудиторії, тому що різні види реклами по різному впливають на певні цільові групи, але розрізнені безсистемні заходи малоефективні. Підпорядкування ж цих заходів загальної маркетингової стратегії дозволяє не тільки, як ми переконалися, підвищити економічну ефективність, але і забезпечити органічне поширення реклами. Це властивість полягає в істотному підвищенні ринкового бар'єру для нових конкурентів – в нашому випадку інноваційно орієнтованих банків. Саме в цьому проявляється емерджностний ефект рекламної кампанії, включеної в систему маркетингового процесу просування нових послуг на банківському ринку.

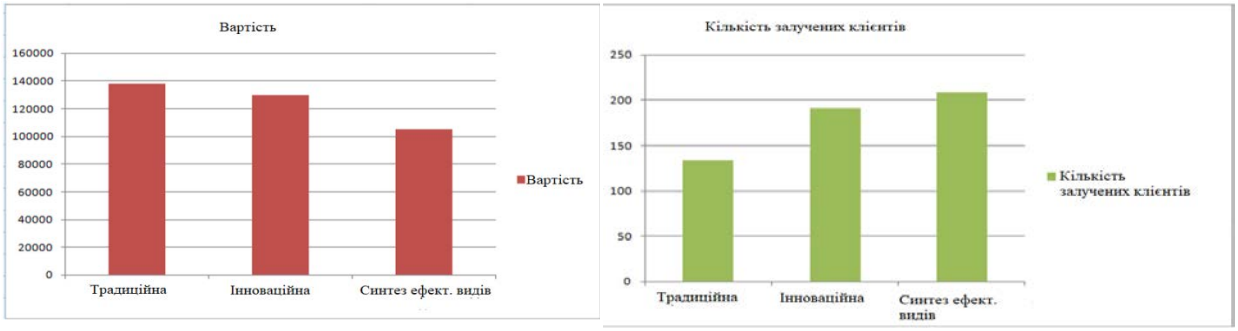


Рис. 2. Ефективність синтезу різних видів реклами

На основі отриманих результатів з аналізу рекламних кампаній на банківському ринку можна зробити наступні висновки:

математичне моделювання рекламних заходів дозволяє проводити з достатнім ступенем вірогідності прогнозування економічної ефективності рекламних компаній, розподіл рекламного бюджету, отримати практичні рекомендації щодо коригування елементів з урахуванням отриманих результатів;

подальше підвищення ефективності рекламних заходів має досягатися збільшенням їх доступності цільовою групою споживачів, ступенем їх охоплення, що знаходить відображення в спеціальних вагових коефіцієнтах;

для перетворення побудованої математичної моделі в практичний інструмент управління рекламною кампанією необхідний постійний моніторинг цільових груп споживачів, вплив на них окремих видів рекламних заходів;

ефективність використання нових видів рекламних заходів, вплив їх на ефективність традиційних заходів може бути оцінено з урахуванням коефіцієнтів кореляції.

Дані оцінки ефективності отримані для конкретної ситуації, для впровадження варто провести додатковий аналіз і внести певні корективи та врахувати додаткові важливі фактори рекламної кампанії.

Список використаної літератури:

1. Міщенко В.І., Міщенко С.В. Маркетинг цифрових інновацій на ринку банківських послуг. Фінансовий простір. 2018. № 1(29). С. 75-79.

2. Піддубна В.Г. Цифрова трансформація маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності / Вісник соціально-економічних досліджень, № 3 (67), 2018, С. 209-221

3. Основні показники діяльності банків України. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/ uk/publish.

4. Офіційний сайт Національного банку України. URL: http://www.bank.gov.ua.

УДК 331.544

Лінькова О.Ю.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРІВ

Актуальність проблеми: Сучасний розвиток бізнесу встановлює певні вимоги до його управління:

- створення умов для максимальної реалізації потенціалу підлеглих при виборі необхідного результату бізнесу та мобілізації ресурсів для його досягнення;
- розуміння співробітниками структури організації;
- відповідність влади розподілу ресурсів, обсягу відповідальності;
- не існує вимоги до менеджера володіння всіма навичками, якими володіють його підлеглі;
- використання кейрецу (система, що об'єднує менеджмент підприємств, які пов'язані економічно (значно зростає кількість ділових контактів);
- обов'язковою вимогою до менеджера стає мистецтво переконання та вирішення конфліктів.

Дослідженням діяльності менеджерів займаються як вітчизняні, так і закордонні вчені. Так, Бенніс У. та Томас Р. вивчають умови успіху менеджерів [1, с. 178]. Длігач А. аналізує актуальні моделі бізнесу за умов діджиталізації економіки [2, с. 3]. Адізес І. досліджує основні завдання менеджерів для досягнення найкращих результатів [3, с. 265]. Кононова К., моделюючи складні процеси інформаційної економіки, окреслює зміни вимог до управління [4, с. 59]. Лазоренко Т. доводить, що саме діджиталізація є рушійним процесом розвитку бізнесу [5, с. 50]. Пайн Дж. та Гілмор Дж. використовують поняття економіка вражень для пояснення сучасних особливостей професіоналізму менеджерів [6, с. 134]. Шароватов Ю. відкриває можливості та обмеження дистанційного менеджменту [7, с. 64]. Не дивлячись на різнобарвність напрямків вивчення проблем сучасного менеджменту, питання забезпечення професійної компетентності управлінців залишається відкритим.

Мета дослідження: аналіз критеріїв професійної компетентності менеджерів за умов діджиталізації економіки.

Методологія. Причини обмеженого використання інформаційних можливостей у вітчизняному бізнесі:

1) висока ціна інформаційних технологій та послуг щодо інтегрування інформаційних систем управління;

2) недостатній рівень професійної ІТ підготовки менеджерів для максимального використання можливостей інформаційних систем в управлінні;

3) певна ментальна запрограмованість менеджерів на ручне управління всіма ресурсами бізнесу (відмова від запровадження певних інформаційних систем у повному обсязі).

Можливості, що відкриває діджиталізації економіки:

- ✓ спрощення роботи з базами даних;
- ✓ автоматизація різних видів діяльності;
- ✓ підвищення продуктивності праці;
- ✓ покращення комунікацій і взаємодії із стейкхолдерами;
- ✓ поширення різних форм господарювання;
- ✓ оптимізація бізнес-процесів;
- ✓ скорочення витрат всіх видів ресурсів;
- ✓ зміна моделі бізнесу компаній та позитивний вплив на імідж;
- ✓ використання звітів і елементів Big Data, deep machine learning використання штучного інтелекту (IoT);
- ✓ забезпечення прозорості правил гри учасників бізнесу на ринку;
- ✓ покращення інфраструктури бізнесу та його інвестиційної привабливості;
- ✓ підвищення мотивації працівників через постійний зворотній звязок;
- ✓ додаткові види бізнес-діяльності.

Процес діджиталізації надає характеристику ступеню відповідності цілей інформаційних технологій цілям бізнесу (ІТ для кожного роду занять стає рушійною силою інноваційної діяльності). З метою отримання найкращих результатів діджиталізації бізнес процесів менеджерам необхідно:

- критично оцінювати ефективність ІТ-рішень (результатів);
- адекватно оцінювати ІТ-інфраструктуру (удосконалення технологій);
- інтегрувати та оцінювати час запровадження ІТ-систем (адміністрування).

Якість процесу формування професіоналізму менеджера містить:

- якість технології освіти;
- контроль освітнього процесу;
- мотивацію викладацького складу до творчості та ефективність педагогічної роботи;
- ставлення менеджерів до освіти;
- інтенсивність освітнього процесу;
- управління освітою;
- методи презентації навчальних досягнень.

Основні складові довіри до якості освіти:

- прозорість розподілу ресурсів;
- достовірність / доказовість знання;
- об'єктивність (критерії, які відображають академічні результати роботи викладача).

Базовими критеріями якості освіти є:

- працевлаштування та кар'єрне зростання за спеціальністю;
- активна суспільна діяльність (запровадження позитивних змін в житті; творча енергія; відкритість до інновацій);
- загальне психічне благополуччя (здолання складностей; стійкість до викликів, які негативно впливають на психічне здоров'я).

Отримані результати. Дослідження можливостей діджиталізації економіки дозволяє систематизувати вимоги до критеріїв професійної компетентності менеджерів, виходячи з критеріїв якості освіти: працевлаштування та кар'єрне зростання за спеціальністю; активна суспільна діяльність; загальне психічне благополуччя. Висновки. Забезпечення професійної компетентності менеджерів за умов діджиталізації економіки потребує інтегрованого розвитку системи освіти та практики бізнесу.

Перспективи подальших досліджень. Розробка системи підвищення кваліфікації менеджерів за умов діджиталізації економіки.

Список використаних джерел:

1. Беннис У., Томас Р.Кто становится лидером в бизнесе: Вундеркинды и ветераны. К.: ОлимпБизнес, 2020. 296 с.

2. Длігач А. О. Цифрова трансформація як ліфт у майбутнє URL: https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/cyfrova-transformaciya-yak-lift-u-majbutnye.

3. Адізес Іцхак. Управління змінами. Київ : Book Chef, 2018. 400 с.

4. Кононова К. Ю. Інформаційна економіка: моделювання еволюційних процесів : монографія. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2015. 312 с.

5. Лазоренко Т. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». Випуск №1, 2020 р. С.50-51 URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201186

6. Джозеф Пайн, Джеймс Гілмор Економіка вражень. Битва за час, увагу та гроші клієнта. Харків: Vivat. 2021. 368 с.

7. Шароватов Ю. Дистанционный менеджмент. Киев: Альпина Диджитал. 2020. 220 с.

УДК 321.524

Олійник В. В.
студент 6 курсу групи АМ-21М
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

Науковий керівник
Грінько А. П.
д.е.н, професор
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

МЕТОДИ ПОКРАЩЕННЯ ІТ-СТРАТЕГІЇ БАНКУ

У час глобальної цифровізації у банка має бути своя ІТ- стратегія яка буде спрямована на досягнення наступних стратегічних цілей:

- Досягнення операційної ефективності бізнес-процесів банку за рахунок їх автоматизації.
- Розвиток корпоративного та роздрібного бізнесу в рамках стратегічних напрямків: створення сервісно-технологічних платформ і каналів продажів.

Сучасні банки вже стоїть на порозі цифрового перетворення тому необхідно включити у стратегію впровадження таких інструментів як: сховище даних та інтеграційну платформу пакета SAP for Banking компанії SAP AG; програмний продукт GEMINI Branch automation компанії BSC Praha для системи відділень, а також програмний комплекс GEMINI для системи дистанційного обслуговування.

Через загальний режим віддаленої роботи під час пандемії банку довелося різко перебудовувати свою інфраструктуру для створення віддалених робочих місць і онлайн комунікацій. Доступ до банківської системи здійснюється через віддалений доступ до свого робочого фізичного комп'ютера, через віртуальні сервери і робочі місця, через хмару і хмарні додатки. Ефективна комбінація цих способів з урахуванням доступної інфраструктури, ліцензій на ПЗ, систем безпеки, обсягу і структури операцій банку буде залишатися значущим трендом в автоматизації банків в 2021 році.

Ще одним напрямком стратегічного розвитку може бути програми тотальної персоніфікації (супераппи), знаючи історію взаємодії з клієнтом, його доходи і витрати, банки пропонують готові рішення (наприклад, автокредит з планом виплат), що ефективніше однотипної реклами. Персоніфікований підхід вимагає величезних обчислень штучного інтелекту, вимоги до «заліза під AI» будуть постійно підвищуватися, а гібридні хмари (Amazon Web Services (AWS) или Microsoft Azure) допоможуть впоратися з сезонними сплесками попиту.

Зростання потреби в IT-фахівцях, здатних реалізовувати інформаційні системи нового покоління, продовжує зростати. Таким чином, очевидний тренд на внутрішнє навчання і розвиток фахівців, професійний і методологічний супровід їх у процесі роботи, коучинг і вирощування кадрів. Можна у стратегічне зростання банку додати курси або тренінги з майбутнім наймом у штат.

Більшість сучасних банків використовую сертифікат безпеки PCI SSC. Це міжнародний регулюючий орган за стандартами безпеки індустрії платіжних карток. PCI SSC містить у собі дванадцять розділів перевірки безпеки систем: захист обчислювальної мережі; налаштування компонентів інформаційної інфраструктури; захист даних про власників карт; захист переданих даних про власників карток; антивірусний захист інформаційної інфраструктури; розробка та підтримка інформаційних систем; керування доступом до даних про власників карток; механізми автентифікації; фізичний захист інформаційної інфраструктури; протоколювання подій і дій; контроль захищеності інформаційної інфраструктури; управління інформаційною безпекою.

Але кіберзлочинність зростає що дня, тому є ще одне рішення для покращення безпечності банку, це блокчейн для ідентифікації клієнтів Ідентифікація клієнтів - важливий елемент кібербезпеки, однак клієнти вимагають, щоб цей процес був простий і зручний. Для досягнення цієї мети необхідно почали тестувати блокчейн-рішення, які може надати цілий ряд переваг: наприклад, зберігання всіх даних з різних джерел в єдиній базі даних і верифікація особистості клієнта без залучення сторонніх агентів. Завдяки використанню блокчейна банки зможуть знизити витрати, а також ризики шахрайства.

За час пандемії різко збільшилася кількість хакерських атак на банківські системи і шахрайських атак на клієнтів банків. Втрати банків і їх клієнтів за даними незалежної оцінки зросли в 1,5 рази за 2020 р. Причому, зловмисники часто змінюють методи і об'єкти атаки: з системи банк-клієнт для юридичних осіб на мобільні додатки для фізичних осіб, з обдзвонів потенційних жертв від імені банків до листів від імені нібито НБУ. Тому у напрямком покращення кібербезпеки є постійний розвиток технологій боротьби з хакерами і шахраями, за допомогою зміцнення систем інформаційної безпеки, модифікації та своєчасного оновлення технічних і програмних засобів, застосування нестандартних методів з використанням штучного інтелекту, залучення операторів мобільного зв'язку, просвітницької роботи з населенням або залучення «білих» хакерів тощо.

Список використаної літератури:

1. Національний банк України : [сайт]. URL : http://www.bank.gov.ua/

2. Страхарчук А.Я., Страхарчук В.П. Інформаційні системи і технології в банках : навч. посіб. К. :Знання, 2010

3. Шпильовий В.А. Підходи до класифікації банківських послуг. Економіка та держава. 2016. № 1.

4. Огієнко В.І., Луняков О.В., Лісняк О.Ю. Інтернет-банкінг як перспективний напрям розвитку ринку фінансових послуг. Ефективна економіка. 2012. № 6. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1217&p=1.

5. Блокчейн-технологии и их использование в государственной сфере А. В. Клечиков, М. М. Пряников, А. В. Чугунов International Journal of Open Information Technologies ISSN: 2307-8162, vol. 5, no. 12, 2017

УДК 321.524

Oriekhova K.V.
PhD in Economics, associate professor
ESI «Karazin Banking Institute» V. N. Karazin Kharkiv National University
Palazentseva K.V.
Undergraduate
ESI «Karazin Banking Institute» V. N. Karazin Kharkiv National University

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF CASH FLOW ON THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY

Topicality of the research. The majority of the Ukrainian enterprises do not understand in full the structure of the monetary assets and have no possibility in full to estimate the efficiency of the monetary assets movement and influence on the financial stability of the enterprise. Relevance of the problem lies in the need to ensure a stable financial position of the enterprise and assess the quality of its cash management.

Analysis of recent studies and publications. The necessity in an estimation of influence of movement of means on financial stability is considered in works Oleynik L.V., Levchenko K.V., Koba O.V., Ustimenko A.S., Krylova O.V.

Purpose of the article. The purpose of the study is to determine the impact of cash flow on financial stability and the establishment of the relationship between cash flow and indicators of financial stability of the enterprise.

Summary of basic material. Stability of financial system includes matching the needs in financial resources and the ability to provide them. Under these conditions, financial stability is provided by reducing the external dependence of the enterprise by reducing funding through loans; the use of previously created reserve funds, improving the risk management system, etc. [1].

An important characteristic of a company's solvency is its ability to generate funds. Often a profitable enterprise can be insolvent and have a shortage of funds. Conversely, a loss-making enterprise may have significant cash reserves [2].

One of the indicators of the impact of cash flow on the financial stability of the company can be considered the indicator of financial stability Ifs. It represents the balance of own funds owned by the company at the beginning or the end of the reporting period. The financial stability indicator is calculated by formula 1:

$$\mathrm{Iof} = \mathrm{Iof} - \mathrm{ZK} = \mathrm{VK} - \mathrm{Ipdf} = \mathrm{VKof} - \mathrm{ZKpdf} = \mathrm{Ifs} \quad (1)$$

where VK – equity capital; Iof – financial stability indicator (sustainability); Ipdf – investments; ZK – borrowed capital; ZKpdf – debt financing, bank credits and advance payments from buyers; Iof – operational finance indicator; Ifs – financial stability indicator.

The financial stability indicator can now be used as an important evaluation indicator of the financial condition of a company. It shows the sufficiency of own funds for further development and growth or, on the contrary, the need for cash.

If this indicator on the current date is a positive number, then there is a source of economic funds in cash for further development and growth. If the value of the indicator is zero, there are only enough cash to repay debts and liabilities. If the indicator is a negative number, it means that all own funds of the enterprise during the reporting period were used in full and they were not enough to repay all debts and liabilities. Therefore, the enterprise has borrowed funds. But in the measure of receipt of own funds on account of repayment of accounts receivable in the form of income of the enterprise, as well as the increase in the authorized capital, the solvency of the enterprise may increase [3]. Thus, the calculated value of the financial stability indicator allows you to assess the financial position of the company under the influence of cash.

In turn, to assess the financial stability of the enterprise in statics, it is enough to find the difference between all cash Idf and all borrowed sources in cash form, which came from outside ZKDdf - target financing, bank loans and advances from customers. The resulting indicator of financial dependence (Ifz) will show the payment capacity of the enterprise on the analyzed day to repay debts. If this indicator is a positive value, then the company's own sources in cash form are sufficient, and therefore there is no need to attract the funds involved. If the value is zero, the company does not have its own funds and will have to attract credit funds or significantly replenish its own sources in cash form [4]. If the indicator is less than zero, the lack of own funds is covered by borrowed funds (table 1).

Table 1

Peculiarities of the cash flow impact indicator on financial stability

Financial Stability Indicator (Ifs = Idf - WKVDf)	Options		
	> 0	= 0	< 0
Availability of cash flow for full repayment of debts and liabilities	Surplus	Not available	Deficit
Availability of own funds to fully cover debts and liabilities	Surplus	Not available	Deficit

But in the measure of further receipt of own funds by repayment of accounts receivable, in the form of non-operating and other income, as well as

increasing the share capital can increase the solvency of the enterprise can increase dramatically.

Next, let us consider in the form of a table the correlation between the indicators of financial stability and cash flow (table 2).

Table 2

Correlation between financial stability indicators and cash flow

Indicators	Asset structure and capital structure	Availability of own funds	Attracting borrowed funds
Ifs> Ifu> 0	ZKVDf<ZK<IDf ab I – ZKVdf>SK>IPDF	Surplus (SCdf> 0)	partially
Ifs> 0> Ifu	ZKVDf<IDf<ZK abo I - ZKVDf> IPDF> SC	No surplus (SCdf> 0 or SCdf <0)	moderate
0> Ifz> Ifu	Idf <ZKVdf <ZK ab IPDF> I - ZKVDf> SC	Deficiency(SCDF <0)	active

If in the first variant (Ifz>Ifu>0) own sources in monetary form are enough for further growth and development, and therefore there is no need to attract external funds, the second (Ifz>0>Ifu) and third (0>Ifz>Ifu) variants first moderately, and then more and more actively involves borrowed funds because of the increasing deficit of own sources, which negatively affects the financial stability of the enterprise.

Conclusions. We can conclude that in determining the impact of cash flow on the financial stability of the enterprise it is necessary to use the indicators of financial stability and assess the security of the enterprise own funds in order to establish the optimum amount of own financial resources that are used to repay debts and liabilities. Cash management of the enterprise affects the stable financial condition through the generation of its own financial resources of the enterprise. Thus, efektivnoe and rational management of cash flow contributes to achieving prospective solvency and financial stability, which are indicators of financial stability.

References:

1. Oleynik L.V. Strategic issues of ensuring financial stability of the company. *Finance, accounting, banks*. № 1 (22). 2017. p.118-124.
2. Levchenko K.V. Cash flow of the enterprise. *Efficient economy*. Zaporizhzhya. 2017. №10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5820.
3. Koba O.V. Ustimenko A.S. Management of accounts receivable of the company as a factor of its financial security. *Proceedings of VIII International Scientific and Practical Conference* Rome, Italy 20-22 June. 2021. p. 331-335.
4. Krylova O. B. Cash flows in the system of ensuring the affordability of enterprises. *Economy and State*. 2019. № 7. p. 30-33.

УДК: 33.331.103.345

Побажанська В.М.
Студент групи АФ 11-Б

Науковий керівник
Ізюмцева Н.В.
К.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ ім. Каразіна

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОЇ СИСТЕМИ ЧАСУ

Різноманітні методики тайм-менеджменту обіцяють навчити нас контролювати час і навіть зробити нас щасливими. Але чомусь ми тільки ще більше втомлюється і нервуємо. Раніше ми весь час марили питанням особистої ефективності. Все хотіли бути більш продуктивними, організованими, швидко виконувати завдання, робити справи якісно і в строк. Тому ми формували цілі, писали плани, читали книги по тайм-менеджменту і різним технікам підвищення продуктивності. Нам здавалося, що якщо ми станемо ще ефективніше, то життя стане легким та чудовим. Але, як часто це буває, якщо людина йде неправильним шляхом і не хоче вчитися, за нього це робить життя.

Скільки здатних, а нерідко і талановитих людей мало чого домагалися в житті з однієї лише причини. Вони не змогли досить розумно використовувати свій час. А воно - безкоштовне добро, і кожен має його в рівній кількості. При цьому час - один з найдорожчих ресурсів[1].

Сучасний тайм-менеджмент включає в себе тисячі всіляких методів, прийомів і технік. Як незвично, але більшість з них вирішують одні й ті ж завдання. Наприклад, сьогодні відомі десятки способів запланувати свій день і розставити пріоритети, сотні способів себе мотивувати і впоратися з прокрастинацією. Більш того, існує безліч «шкіл» і систем тайм-менеджменту, які дуже по-різному вирішують проблеми особистої ефективності.

Практично всі існуючі методи управління часом складаються з трьох компонентів: пріоритизація, планування і структурування.

- Пріоритизація. Щоб виконати завдання, потрібно визначити, наскільки вона термінова, складна і важлива, і тільки потім приступити до її виконання.
- Планування. Щоб виконати завдання, потрібно розібратися, коли її слід зробити і скільки часу на це піде.

▪ Структурування. Щоб виконати завдання, потрібно зрозуміти, як відстежувати її виконання і результати.

Велика частина технік тайм-менеджменту спирається на структурування та пріоритизації, і тільки мала частина - складна комбінація всіх трьох принципів[4].

Виникає закономірність, навіщо «плодити сутності». Чи не простіше вибрати з цього величезного арсеналу тільки все найкраще, а решту - викинути за непотрібністю. На жаль, але так не вийде. Справа в тому, що майже всі техніки тайм-менеджменту мають цілком конкретну область застосування і не годится на роль «універсальної таблетки». Наведемо наприклад:

● Розклад - це відмінна техніка, якщо ви ведете розмірений спосіб життя і вирішуєте кожен день схожі завдання. Але якщо ваш день насичений непередбаченими подіями, розклад буде постійно зриватися.

● Техніка Pomodoro в першу чергу призначена для індивідуальної роботи. Якщо ваша діяльність полягає в спілкуванні з іншими людьми, «помідори» вам навряд чи знадобляться.

● Техніка SMART добре підходить для постановки короткострокових цілей в умовах стабільності. Але вона навряд чи буде доречна в умовах нестабільності і невизначеності.

У тайм-менеджменті немає і не може бути універсальних рішень: ми всі перебуваємо в різних умовах і вирішуємо різні завдання. Саме цим і пояснюється така різноманітність технік «управління часом». Кожна життєва ситуація вимагає свого підходу. Проблеми виникають тоді, коли ми намагаємося впровадити ті методи тайм-менеджменту, які не підходять для вирішення нових завдань[2].

Наведемо приклад, який продемонструє як правильно вибрати свій метод:

Микола прочитав статтю, автор якої досяг хороших результатів за допомогою методу 1-3-5.

- Який геніальний підхід! - Захопився Микола, - Саме цього мені і не вистачало для повного щастя!

З цього моменту Микола теж почав планувати свій день по описаній в статті методикою, сподіваючись підвищити свою продуктивність.

На жаль, але раз по раз він зазнав невдачі. По-перше, у нього майже кожен день з'являється до 20 обов'язкових справ, які не можна було урізати до 9 задач. По-друге, у нього постійно з'являлися непередбачені справи, через які йому доводилося знову і знову перекроювати свій план.

Микола не зміг протриматися навіть тиждень, він відмовився від використання цього методу.

У чому полягає метод 1-3-5: підхід простий - за день потрібно завершити одну велику справу, три середніх і п'ять невеликих. До невеликих можна віднести, наприклад, нескладні побутові справи. Їх теж

краще планувати, щоб вони не накопичувалися. Ідея в тому, що така кількість і співвідношення справ допоможуть витратити день продуктивно і при цьому не вибитися з сил[3].

Наведений вище приклад свідчить про те, що конкретна методика планування не підійшла для конкретної людини і його ситуації.

Аналіз роботи з проблемами формування власної системи управління часом дозволяє зробити висновок, як підібрати власний метод по тайм-менеджменту:

1. Не ігноруйте проблему. Якщо ваші плани постійно зриваються, якщо ви відчуваєте дискомфорт при виконанні своїх завдань або не одержуєте значущих результатів, то з вашою системою тайм-менеджменту безумовно щось не так.
2. Не бійтеся експериментувати і пробувати нове. Створення своєї системи тайм-менеджменту може зайняти якийсь час, і це нормально.
3. Не бійтеся підганяти техніки під себе. Наприклад, ви вирішили виконувати справи по «помідорною методикою», але вам не вистачає класичних 25 хвилин для нормального занурення в задачу. У цьому випадку спробуйте збільшити цей час до 30 або навіть 40 хвилин (деякі так і роблять).
4. Якщо якась техніка не спрацювала, не поспішайте відразу її відкидати: багато методи тайм-менеджменту вимагають звички. Наприклад, якщо ми раніше не жили за розкладом, нам потрібен час, щоб перебудувати своє мислення.
5. Якщо змінюються обставини, повинен змінюватися і тайм-менеджмент.
6. Уникайте перевтоми. У нас може бути відмінна система тайм-менеджменту, але якщо в ній не передбачено повноцінний відпочинок, це негативно позначиться і на продуктивності праці, і на здоров'я.

Для управління часом використовуйте ефективні інструменти, відвідуйте тренінги, беріть участь в пізнавальних авторських курсах, читайте корисні книги і переймайте навички досвідчених експертів.

Згадаємо вислів Максима Горького: «На день треба дивитися, як на маленьке життя». Використовуючи ефективні інструменти тайм-менеджменту, ви зможете якісно управляти справами, регулювати, коригувати і виділяти корисний час, володіти ним, а значить, підкорювати будь-які вершини, впевнено крокувати по життю і зберігати рівновагу в будь-яких починаннях. Тайм-менеджмент - це можливість управління часом, життям, задоволення від роботи і саморозвиток, ваш шанс стати успішною людиною і домогтися небувалих висот в кар'єрі і в особистому житті.

Використані джерела:

1. Зайверт Л. Ваш час - у ваших руках / Л.Зайверт М .: Інтер - експерт, 2005

2. Чому тайм-менеджмент не працює//[Електронний ресурс].- Режим доступу: https://time-blog.ru/tajm-menedzhment-ne-rabotaet/

3. Тайм-менеджмент «метод 1-3-5»//[Електронний ресурс].- Режим доступу: https://time-blog.ru/metod-1-3-5/

4. Тайм-менеджмент: 15 методів ефективного управління часом//[Електроний ресурс].- Режим доступу: https://www.google.com.ua/amp/s/trends.rbc.ru/trends/amp/news/606335659a7947a191c4b092

УДК 331.108.47

Руднєва В. Р.
Студентка групи АМ-31Б
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна
Науковий керівник
Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В.Н. Каразіна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Прийняття управлінського рішення – це вибір того, як і що планувати, організовувати, мотивувати і контролювати. Прийняття рішень є важливою частиною будь-якої управлінської діяльності. Образно кажучи, прийняття рішень можна назвати «центром2, навколо якого обертається життя організації.

Відповідальність за прийняття важливих рішень – важкий моральний тягар, що особливо яскраво виявляється на вищих рівнях управління. Тому керівник, як правило, не може приймати непродуманих рішень.

Особливе значення має проблема ефективності прийнятого рішення, оскільки будь-яке управлінське рішення має сенс лише в тому випадку, якщо воно ефективно.

Ефективність рішення залежить від цілого ряду об'єктивних і суб'єктивних факторів. У теорії менеджменту особливо виділяють два:

- якість рішення, яке пов'язано з вибором кращої альтернативи з тих, що пропонує проблемна ситуація, а також з урахуванням;
- ступінь прийняття цього рішення людьми [1].

Вивченням питання ефективності прийняття управлінських рішень на підприємствах займалося багато, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Так, Дж. К. Лафта розглядає управлінське рішення як результат управлінської діяльності, що складається з вибору альтернатив з безлічі варіантів та досягнення конкретної мети системи менеджменту.

В свою чергу, П. Друкер підкреслює що рішення являє собою судження і є вибором оптимального варіанта з наявних альтернатив.

К. В. Фісунов вказує, що управлінське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування і вибору

альтернативи з безлічі варіантів досягнення конкретної мети системи менеджменту [2].

Не можна не зауважити, що існує широкий спектр методів підтримки управлінських рішень на підприємстві. Так, до найвідоміших із них можна віднести: метод Р. Снайдерса (у галузі міжнародних відносин), А. Етціоні

(змішано-скануючий метод прийняття рішень) дотримуються загалом системного підходу. Такий науковець, як Ч. Ліндблюм, взагалі окреслює два методи:

- раціонально-універсальний («кореневий метод») – особа, яка приймає рішення, визначає пріоритети й виділяє у зв'язку з цим варіанти реалізації цілі. Для цього обирається найкраще рішення;
- інкрементальний метод («метод гілок») – визначає послідовне обмеження в пошуку рішень і зосередження на малих кроках, які не дають змоги зробити значні помилки. Цей метод спрощує процес прийняття і реалізації рішень на підприємстві [3].

В умовах нестабільності та трансформації, задля забезпечення власної прибутковості та конкурентоздатності, підприємства, в особі керівництва, вимушені швидко та ефективно приймати управлінські рішення, в залежності від ситуації. Спрогнозувати результативність прийнятого рішення можна, знаючи принципи які лежать в основі процедури прийняття управлінського рішення. Розглянемо найбільш поширені із існуючих (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи прийняття управлінських рішень

Принцип	Сутність принципу
Принцип єдиноначальності	Рішення приймається одноосібно. Воно може бути ефективним, якщо оцінюється як якісне. Але часто одно осібні рішення приймаються менеджери із авторитарним стилем поведінки, які воліють командувати і наказувати. Тому при виконанні рішення виникає напруженість, а між особистісні відносини характеризуються підвищеною конфліктністю.
Принцип одноголосності	Має місце за відсутності «коаліції» чи протиборчих груп. Для організації одностайність –небезпечний симптом, що свідчить про ослаблення демократичного стилю мислення.
Принцип більшості	Водиться в дію, коли в процесі вироблення рішення змагаються різні думки. У зв'язку з цим при ухваленні рішення вдаються до голосування. Нерідко для ухвалення рішення достатньо простої більшості, іноді з деяких принципових питань затверджується норма 2/3. Не можна сказати, що виконання цього принципу забезпечує прийняття високоякісного рішення. Адже немає гарантій, що більшість відстоює кращу альтернативу. Історії відомо чимало випадків, коли сміливі прогресивні ідеї окремих людей спочатку взагалі ніхто не приймає всерйоз.
Принцип консенсусу	Поява даного принципу пов'язано з низкою факторів: - поглиблення процесів демократизації управління (не можна придушувати якусь групу осіб чи окремих людей, які представляють свої бачення розв'язуваних проблем); - зростання ускладнень техніко-економічних умов прийняття рішень і інформаційних потоків (вимагає дбайливого ставлення до кожної ідеї, непідробного уваги до кожної людини).

Джерело: [4]

Отже, управлінські рішення можуть прийматися підприємствами в тому, чи іншому напрямку, незалежно від сфери їхньої діяльності. Ці рішення можуть бути спрямовані, як на досягнення фінансової стійкості страхових компаній (ПЗУ Україна визнана фінансово стійкою компанією на рівні – uaAAA. Що свідчить про ефективність управлінських рішень, які позитивно позначилися на основних результатах її діяльності: активи збільшились на 27,49% до 2,79 млрд. грн.; власний капітал виріс на 66,54% до 567,96 млн. грн.; зобов'язання збільшились на 20,28% до 2,222 млрд. грн.; грошові кошти та їх еквіваленти знизились до 135,322 млн. грн. [5]), так і на ефективності логістичної діяльності (до прикладу, ПАТ «Компанія «Райз», яке працює в аграрній сфері України, за допомогою розробленої ефективної логістики своєчасно транспортує зібрані культури до сховищ, тим самим зберігаючи їх високу якість та продаючи , з подальшим їх продажом по високі ціні. Побачити це можна, по постійно зростаючому обсягу сплачених податків – 01.10.2020 їх загальний обсяг склав 59544475 грн., а за такий самий аналогічний період 2021 року – 76936087 грн. [6]).

Таким чином, можна зробити висновок, що в умовах економічної та політичної нестабільності, застосування на практиці всіх зазначених принципів та методів прийняття управлінських рішень на підприємствах України дозволяє забезпечити конкурентоспроможність кожного із підприємств та досягнути найбільш ефективних результатів його діяльності в умовах ринкової економіки.

Список літератури:

1. Теоретичні основи забезпечення якості прийняття управлінських рішень в умовах європейської інтеграції : монографія / [М. М. Новікова, Н. О. Кондратенко, М. В. Боровик та ін.] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : «Друкарня Мадрид», 2020. – 335 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения / Р. А. Фатхутдинов. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М.: ИНФРАМ, 2002. – 314 с.
3. Веснін В. Р Основи менеджменту. - М.: Проспект, 2009. – 320с.
4. Колпаков В. М. Методы управления : учебное пособие / Колпаков В. М. – К. : МАУП, 2017. – 160 с.
5. Офіційний сайт СК «ПЗУ Україна». ПЗУ Україна поновила рейтинг кредитної фінансової стійкості на рівні uaAAA [Електронний ресурс]. URL : https://www.pzu.com.ua/useful/press/ponovlennya-reputaciynogo-reytingu-kreditnoi-finansovoi-stiykosti.html (дата звернення: 04.10.2021).
6. Офіційний сайт YouControl. Компанія РАЙЗ [Електронний ресурс]. URL : https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/13980201/ (дата звернення: 04.10.2021).

UDC 330.332

Semenchenko T.O.
PhD in Education, Associate Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications
Gaydykova A. V.
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N.Karazin Kharkiv National University

INVESTING IN IT BUSINESS: AN OVERVIEW OF THE CURRENT SITUATION IN UKRAINE AND ABROAD

Interest in IT startups is constantly growing. New investment funds, business incubators are being formed, all kinds of projects are being opened that support and develop startups. It is obvious that this direction has excellent prospects.

Investing in IT projects, or in the field of information technology, has already become a trend due to the rapid development of this industry: hundreds of IT companies appear on the market every month, but the demand for them is not decreasing. On the contrary, information technologies are becoming more and more in demand, and processes are being modernized. Investors and IT start-ups need each other. Every novice startup wants to find a generous sponsor, and the investor himself wants to invest in a promising project, and ideally, to develop it to the level of Google or Apple. But not everyone is so lucky, and if you invest in IT without knowing the specifics of the industry, the risk of burnout is enormous.

Types of investment in IT technologies:

Purchase of company shares. One of the most popular types of investments. In this case, you purchase shares in an already well-known, reputable company of your choice (for example, Facebook, Google, Apple, etc.). This allows you to reduce risks when compared with investments in start-up projects that may be closed at the initial stage.

Investing in startups. Risky but attractive. On the one hand, even if a competent analysis is carried out, it is impossible to say with certainty whether the project will be successful - too many factors affect this. It also takes a lot of patience to find something really worthy among the many unpromising projects. On the other hand, the

stories of IT giants like Amazon, Google, etc. motivate investors to invest in startups in hope.

Investments in the game industry. Games are becoming more and more difficult and interesting, they are no longer fun for schoolchildren and are officially recognized as one of the art forms. And in this case, the artist does not want and cannot be hungry - without an investor, a good game cannot be made. It should be borne in mind that the cost of a product may not be that great if, for example, a game for a smartphone. But such strategies are aimed at scaling, because the game can potentially be downloaded by hundreds of thousands of people, and then, even at low cost, it will bring good income.

The main factor that attracts investors is the relatively small amount of investment. To open, for example, a cafe, restaurant or store, you need huge investments, which are far from affordable for all investors, especially beginners. As for the IT business, everything is much simpler and cheaper here. Even an office is not required to start a company. The team can work remotely. The second plus is great potential. The IT industry is growing very quickly, developing and is not going to slow down.

SoftServe. It is one of the leading Russian IT-companies, which is engaged in consulting and offers services in the field of digital technologies, founded by students of "Lviv Polytechnic" Taras Kitsmey and Yaroslav Lubinets in 1993. In addition to software, SoftServe provides a wide range of services in areas such as cloud technologies, artificial intelligence, service design, cybersecurity, digital platforms, and robotics. The company successfully develops software solutions in such areas as healthcare, retail, financial services and software. Moreover, SoftServe is engaged in research and development of innovative solutions. It is no coincidence that the company's partners are Microsoft, AWS, GCP, Salesforce, IBM, Deutsche Bank, etc.

The company has been building a model of interaction for five years. And in 2013 it decided to hire an American director. The new CEO, Alan Garlan, worked for the company for about two years, but did not agree on approaches to management. In 2015, another director was appointed, also an American, Christopher Baker, who still heads SoftServe. Now the board of directors of SoftServe has four

Ukrainians and two Americans. The company grows by an average of 30% a year and employs up to 3 thousand people. This is good because new positions are constantly being created. This motivates people who work within the company - they have room to grow.

The company opened SoftServe University in 2006. Its basic direction is the IT Academy. Free courses last three months. Students say that they learn more during this time than during the years at the university. SoftServe certificate is a quality mark and with it, you can be hired by an IT company faster than with a diploma..

International Business Machines (IBM) is a world leader in computer hardware suppliers, the company now known as IBM, was founded on June 15, 1911. Recently, the IBM corporation has not been able to boast of super-profits, alternating "successful" quarters with very mediocre ones. However, the upward trend in hardware sales (compared to last year) continues, especially in personal computers and servers, among which the Netfinity model stands out. MIPS machine sales are up more than 80%, with 25% of MIPS machines designed to handle new Internet-related workloads. At the same time, there is a 70% decrease in profits in the technology sector (price pressure in the disk drive and semiconductor markets).

In conclusion, we can say that the most developing area is IT. Therefore, investing in it will be an excellent solution for many years to come.

References:

1. Development of the IT market of Ukraine – Available online at https://daily.rbc.ua/rus/show/it-rynok-ukrainy-rabotaet-samoy-dinamichno-1614070059.html
2. Investments in IT – Available online at https://legalitgroup.com/category/investitsiyi-v-it/
3. History of IBM - history of the industry – Available online at https://www.kv.by/archive/index1999480201.htm
4. How IT investments work – Available online at https://daily.rbc.ua/rus/show/it-rynok-ukrainy-rabotaet-samoy-dinamichno-1614070059.html
5. How SoftServe is organized and managed – Available online at https://mc.today/u-nas-net-svyashhennyh-korov-lyuboj-sotrudnik-mozhet-stat-ceo-taras-kitsmej-o-tom-kak-ustroen-i-upravlyaetsya-softserve/

UDC 658.336

Semenchenko T.O.
PhD in Education, Associate Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications
Zavadovskyi M. O.
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N.Karazin Kharkiv National University

TIME MANAGEMENT TECHNIQUES TO IMPROVE STAFF PERFORMANCE

We all do not have enough time for something. Sometimes it's important - and this is especially offensive. Probably, each of us could do more if we managed ourselves and our time a little better, organized our work and life more successfully. If such thoughts come to you from time to time, then you can choose one of the time management techniques for yourself - they help you better manage your time and affairs. But there are a lot of such techniques, and it is not easy to understand them. To make it easier I have collected 15 different time management techniques. They are described so that it is easy to compare, and useful links are at your fingertips.

The Tomato Method, or The 25 Minutes System

Who invented: Francesco Cirillo. He used this method to prepare for exams. He timed it on a tomato-shaped kitchen timer, which gave the method its name.

What it is: set a timer for 25 minutes, and during this time do the work without distraction. Then take a break for five minutes and repeat the cycle again - continue working. Take a long break of 30 minutes every four cycles. The point of the method is that monotonous work is broken into small parts, and after each you get a well-deserved rest. This makes it easier to take on such tasks, and you can accomplish them better.

Method "90 by 30"

Who Invented: Tony Schwartz, writer, blogger and founder of The Energy Project.

What it is: according to this method, one and a half hours (90 minutes) are allotted to work, and then half an hour to rest. After that, the cycle is repeated. Each complete cycle takes two hours. It is important to set aside the first cycles for the most important and difficult matters, and the next ones for less important ones.

The Nine Cases Principle, or the 1-3-5 Principle

What it is: the approach is simple - you need to complete one big task in a day, three medium ones and five small ones. Small ones include, for example, simple household chores. It is also better to plan them so that they do not accumulate. The idea is that such a number and proportion of tasks will help you to spend the day productively and at the same time not be exhausted.

"The Three Things Principle"

What it is: This is an alternative to the "nine cases" method. There is also a choice and hierarchy of cases, but the emphasis is on the most important cases. And the rest will wait. There are three most important tasks to complete every day. Concentrate on them and do not spray your attention on other, less important matters.

Time block technique

Many people write themselves a list of tasks for the day, but at the same time they still do not have time to complete everything that they have planned. This is often due to the fact that a simple task list does not take into account two things: first, how long each task takes, and secondly, when exactly they should be tackled. The time block method takes into account both. The key is to set aside time in advance for each task. And at this time do not do anything except him.

Kanban

Japanese diagram that visualizes the workflow. Used by Toyota. The word "kanban" in Japanese means "billboard, signboard".

What it is: a three-column table is drawn. The columns are titled “To Do”, “In Progress” and “Done”. Each scheduled case is recorded in one of the columns. During the day, cases are crossed out from one column and moved to the next, based on their condition.

How many columns there will be in kanban depends on your tasks. For example, a column can be a single stage in a project or production cycle. So the method allows you to track how tasks are being performed.

A big plus of kanban is its clarity. But it can be made even more convenient and visual - with the help of a whiteboard and stickers. Draw a table on the chalkboard, and write the things you need to do on the sticky notes. During the day, you paste stickers from one column of the table to others.

Zero Inbox

What it is: the point is that the "Inbox" folder (this is not only mail, but also any unparsed information and tasks with which you have not yet decided what to do) always remain empty.

How can this be done? Quite simply, once a day you sit down and sort through the contents of your inbox. And you decide what to do with each item: execute, postpone, transfer, reply or delete. Do not stop this activity until you are finished.

There are many time management techniques and it depends on the task or you which one to use. For different people, different types of motivations work, and in order to effectively manage people, you always need to think about their individual characteristics, priorities.

References:

1. Time Management techniques. – Available online at https://skillbox.ru/media/growth/15_populyarnykh_tekhnik_taym_menedzhmenta/

UDC 004.43

Semenchenko T.O.
PhD in Education, Associate Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications
Fedorenko S. I.
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N.Karazin Kharkiv National University

BOOSTING DIGITAL LITERERACY OF EMPLOYEES: HOW TO DESIGN APPLICATIONS FOR MOBILE DEVICES

A few years ago, one thing performed one function: Math was done with a calculator, mind training was down to special cards, English learning was guided by a teacher, and so on. When people started making devices with different programmed functions the world changed. Today every user can calculate the largest formula and listen to music from one device. It works easily: one developer makes an empty phone with a starter app and other developers make "Addons" for users, and the user downloads what is needed. The phone is a very powerful multitool and everybody can upgrade it. Now we will consider how to make a basic app for Android and IOS step by step.

The first step is an idea: here we need to plan how our app looks and works. For example, we must make a trainer for the brain, trainers for memory, attention, and speed. Name it "Brain Evolution". We make a launch menu with trainers and statistics of training. Main structure: we have the main menu where is drawn a list of trainers for all categories -> User selects trainer and loads the next screen where User is trained, after training User can see score points and statistics in the main menu. The design will be in a flat style, it's easy and looks good.

The second step is the app engine: the engine is a platform with tools to create an app. Today we know 4 popular solutions: XCode, Android Studio, Unity3D and a custom engine. We haven't a big team to make our engine and we choose from three options:

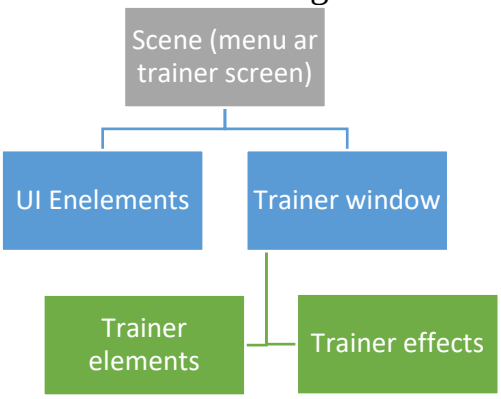
a) In XCode a developer can make a battery-friendly and high-performance app. But XCode builds projects only for IOS and OSX.

b) Android Studio is like XCode but built only for Android.

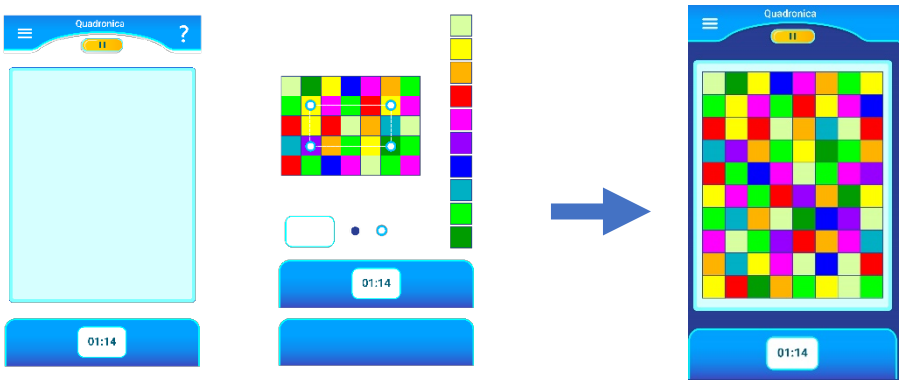
c) Unity3D is a game engine and it has a specific architecture for game making which makes it more battery consuming, but Unity has tools to build one project for any platform [see the engine icons below].

Since we have no team to make the same projects on different engines, we choose Unity3D, battery consumption is not important for us.

The third step is programming: we use language C# and OOP style (Object-oriented programming). Main hierarchy of objects [see the scheme]. It allows to see what things we can develop once and apply to other elements afterward regularly. For example, we understand that users can back to the menu from all trainers and we can make "BackScript" once and use it on all screens. In the future hierarchy will be easier for orientation in the project. We will consider the process of game objects creation on the example of Quadronica (mini trainer for attention development). There is a grid with cells of different colors, a user must make a big quad by selecting points in the same color cells, next a grid is regenerated. So, we have two objects, grid field and cell. FieldScript, on start game, generates from cells a new grid according to special rules: if in row and column we have cells of the same color so new cells must have this color. CellScript, when clicked, sends a message to FieldScript about the click, and with 2 or 4 cells selected, FieldScript will check for compliance with the rules and give points for a correctly selected square of the same color [if the corners of the square formed by 2 or 4 dots have the same color, then we add points].

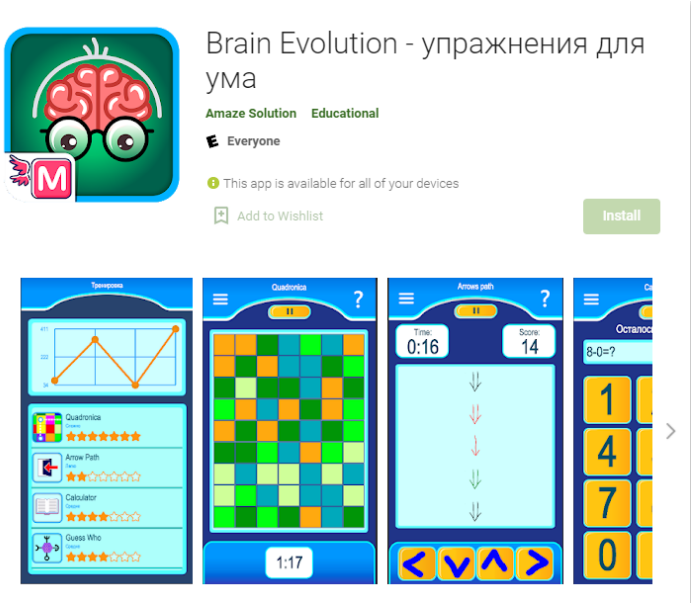


The fourth step is designing. A script prototype has been created and now it is necessary to make the design. For a flat style, we use vector editor, for now, we have three vector editors: Adobe Illustrator (AI), Corel Draw, and Figma. Corel Draw is in history and nobody uses this, AI has some problems with cross-version importing, and file formatting is not comfortable for all size teams, Figma is a web service and you can share the project via a link. We choose Figma. For the ended design we must import to the engine, which is easy and we skip this step.



The fifth step is testing: before uploading our app, we need to fix all bugs in projects. We just need to play and do not standard actions for crashing out the app, next we must fix these problems. It is carried out by a few iterations and then the app can be published.

The last step is uploading (for example on Google Play). We build our projects to .aab file (it is like .apk) and enter SEO-optimized information of our app: Name, Images, Descriptions. So, we have made our app for mobile phones [see below].



References:

1. Trainer in Google Play (beta-version). – Available online at https://play.google.com/store/apps/details?id=com.AmazeSolution.BrainEvolution&hl=en&gl=US

UDC 316.628

Semenchenko T.O.
PhD in Education, Associate Professor of the Department of Management, Business and Professional Communications
Yuzhenko E.O
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N.Karazin Kharkiv National University

MOTIVATION OF EMPLOYEES OF THE COMPANY: THE CONCEPT OF MOTIVATION, THEORY AND METHODS OF MOTIVATION

Motivation of employees is a key direction of the personnel policy of any enterprise. Consequently, staff motivation is a set of actions on the part of the company management aimed at improving the working capacity of the employees, as well as ways to attract qualified specialists and retain them. Therefore, this topic is very important for the familiarization of each company and this paper will consider the main motivation theories.

Abraham Maslow's theory. According to this theory, a person is driven not by instincts and by the desire to receive material satisfaction from his work. Abraham Maslow argued in order to effectively incentivize your employees, you need to examine their needs. The theory of this psychologist says that people are looking for satisfaction of their needs in work, which arranged in ascending order. Physiological needs are located at the lowest level of the pyramid. Next comes the need for security. Then comes the need to be accepted in society, in the work collective. In addition, at the top of the pyramid is the desire for self-realization. The list of needs is structured in such a way that the first item is the most important and the last one is less important. It is not necessary for a director to do everything 100%, but it is important to try to touch every need. The needs, which are reflected by Maslow in this pyramid are very good impacts on staff.

Complex procedural theory of motivation (Lyman Porter, Edward Lawler). This theory is based because of the fact that a person wants to achieve pleasure while avoiding pain. The director acting in accordance with this theory should reward employees more often and less punish. It is based on five variables:

- effort expended;
- perception, expectation;
- the results obtained;
- remuneration;
- the degree of satisfaction.

The outcome: productive work leads to satisfaction.

Adams Theory (Theory of Fairness, Equality or Impartiality). The meaning of this theory of motivation by Adams is follows: a person's work

should be appropriately rewarded. If an employee is underpaid, then he works worse, and if overpaid, then he works at the same level. The work performed must be paid fairly.

The main source of work motivation is the impartiality or fairness that the employee expects to meet in the work collective. If the ratio “return - output”, which the employee receives to “contribution - input” to the performance of work turns out to be not equal from his point of view to the analogous ratios of other employees, then this is a sign of injustice and, accordingly, a prerequisite for the emergence of psychological stress. In accordance with this theory, the adequacy of the reward is assessed by the ratio of "entry" and "exit".

The theory of Werner Siegert and Lucia Lang. The criterion of optimality of motivation and rewards is to ensure mutual satisfaction of the organization and the individual. Attention is focused on the emotional side of production problems.

Human Relations Theory (Frederick J. Roethlisberger, Elton Mayo, Rensis Likert). Leadership is a key motivator. It is the leader who must make the employee feel that he is a member of the team and occupies an important place in it. At the same time, a democratic leadership style is practiced. If the management of the company correctly conducts measures to stimulate its employees, then the company can get the following positive result, namely:

- The quality and productivity of labor is increasing;
- Employees begin to take a more responsible approach to the performance of their official duties;
- The team spirit develops among the employees;
- Production performance is improving;
- Reduced staff turnover;
- The company starts to develop rapidly, etc.

References:

1. Methods of motivation – Available online at https://studfile.net/preview/5438283/page:54/
2. Staff motivation – Available online at http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/2_vlasenko.htm
3. The effect of motivation on a person – Available online at https://spe.org.ua/blog/tm/motyvatsiia-ta-vplyv/
4. Theories of motivation – Available online at https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/1lesko_psiholog_upravlin_organizaciyi/332.html
5. What is motivation? – Available online at https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F

UDC 331

Shevchenko V.I.
PhD in Philology, Associate professor of the department of Management, Business and Professional Communications
Rud O.O.
ESI "Karazin Banking Institute"
V.N. Karazin Kharkiv National University

MOTIVATION OF EMPLOYEES TO INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

The main aspect of the success of the enterprise is the introduction of innovations in modern conditions of rapid scientific and technical development of economic processes. The pace with which innovation is introduced and used effectively in any enterprise depends largely on staff, responsiveness to new information and performance. It is therefore important for a manager to use motivational tools correctly to improve performance. Therefore, the motivation of employees to innovative development can be considered the basis precondition for the continuous and effective work of the company.

The methodological basis of the study of motivation at workplace was set by a number of foreign scientists: A. Smith, F. Taylor, A. Maslow, E. Mayo, V.Vrum and many others. Such foreign scientists such as S.Anand, D.Atkinson, B.Groisberg, T.Ememail, S.Parker, M.Finney, D.Hope, Chen, Shane, A.Chopenhauer and others worked on solving the problem of motivation of the personnel of the innovative enterprise. Various aspects of this problem are also covered by the work of many national scientists, including O.Anishchenko, T.Belarus, N.Volkova, M.Voronovska, O.Gugul, V.Dykan, D.Aitutis, I.Zamula, S.Zapel, V.Ilchenko, O.Kuzmin, I.Pashchenko, V.Chernenko and others. While appreciating the scientific developments of foreign and domestic researchers, the problem of motivating employees for innovative enterprise development is not sufficiently developed and requires further research.

The purpose of the work is to develop practical recommendations for the correct motivation of personnel in the implementation of innovations.

Motive is an actualized problem of a person, which encourages him to certain actions and activities, as a result of which the need can be satisfied. On what motives a person is guided in his work activity, depends on his attitude to work and its result. The motive is an internal source that causes the actions of the person, in contrast to the stimulus, which is more associated with the interference of external forces (factors) in the choice of a certain type of behavior [1].

Motivation is the process of influence (system of action) on individuals in order to encourage them to certain activities by awakening the necessary motives in them [2].

In our opinion, the motivation of personnel to innovations is a set of methods and motives that encourage staff to engage actively in creative content aimed at creating innovative products and services, forms of their use, introducing new technologies to ensure an increase competitiveness and product quality.

Stimulating staff, Each manager uses a number of methods of motivation. Such methods can be divided into material and intangible.

Material motivation includes remuneration, bonuses, participation of staff in profits (percentage of sales). These methods are quite common in our country; this is due to the desire for prosperity and an increase the welfare of employees.

Intangible methods of motivation are based on the use of moral incentives to work and affect the staff through psychological mechanisms. These methods include flexible working hours, support for the initiative of workers, respect and trust of management, teamwork, etc.

Material methods are quite effective, but they give the best result in combination with intangible methods of motivation of employees, because the role of material motivation is short-term, the effect of intangible motives is more durable and effective, since it is based on the higher levels of the hierarchy of human needs. The studies of employee behavior at different enterprises show that everyone likes a sense of respect for themselves, their own importance and friendly attitude of the whole team. That is why it is important for a successful manager to develop employees' engagement in the work of the enterprise, to meet the interests of employees with the interests of the company. In addition, it is also important to create conditions for maximum feedback and self-realization, to maintain the spirit of unity and, most importantly, to create favorable conditions for the creative expression of each employee.

The basic features of people, who make it possible to provide a high competitiveness to an innovative enterprise, are understanding the need for awareness and production of new knowledge. These characteristics are achieved due to high professional competence, innovation, the ability to introduce an innovative idea and the ability to effectively manage innovative project.

When constructing an effective motivational system of innovation activity, it is necessary, first, to be guided by the principle that every person is an individual. In their workplace, they want to demonstrate all their abilities and hidden talents. Considering it, it is necessary to recognize the work of all employees and provide them with the opportunity to develop and express their ideas. American scientists argue that people work more effectively when they have a wider range of responsibilities that encourages best results.

Thus, in the conditions of continuous development of enterprises and the growth of competition, it is important to introduce innovation processes by the firm. A significant element in the creation and introduction of innovations in the enterprise is staff and its motivation, that is, the success of such activities directly depends on the effectiveness of the motivational mechanism created at

the enterprise. The complex of motivation should be based on the combination of material and intangible encouragement methods, taking into account the personality of each employee.

References

1. Dudar T. H. Innovatsiynyy menedzhment: navch. posib. Tsentr uchbovoyi literatury, 2009. 255 p. [in Ukrainian].

2. Kolot A.M. Motyvatsiia personalu : Pidruchnyk. KNEU. 2002. 337p. [in Ukrainian].

3. Sardak O. V. Upravlinnya personalmarketynhom: teoriia ta metodolohiia. Dys. doktora ekon. nauk, spets. 08.00.04. Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy. Donets′kyy natsional′nyy universytet ekonomiky i torhivli im. Mykhaila Tuhan-Baranovs′koho, 2012. 408 p. [in Ukrainian].

УДК 33:004.9

Тоцька О. Л.
д. е. н., доцент, професор кафедри фінансів
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В умовах сучасного розвитку суспільства все більшої ваги набувають цифрові компетентності випускників закладів вищої освіти (ЗВО), зокрема управлінців. Формування таких компетентностей прописані у стандартах вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти.

Так, до переліку компетентностей бакалаврів-менеджерів входить така загальна цифрова компетентність:

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій [1].

Набір цифрових компетентностей і програмних результатів навчання для магістрів-менеджерів більший:

ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

СК14. Здатність формулювати задачі моделювання, створювати і досліджувати математичні та комп’ютерні моделі, застосовувати статистичні методи і моделі для аналізу об’єктів і процесів у сфері менеджменту.

ПР16. Будувати і досліджувати концептуальні, математичні і комп’ютерні моделі об’єктів і процесів у сфері менеджменту [2].

Формування згаданих цифрових компетентностей у майбутніх фахівців-управлінців можливе під час лабораторних занять із дисциплін, пов’язаних із сучасними інформаційними технологіями в управлінській діяльності. Зокрема, можна запропонувати студентам низку завдань з автоматизації професійної роботи за допомогою табличного процесора Microsoft Excel [3], який відзначається доступністю та популярністю застосування в установах різного типу:

– складати річний робочий графік працівників підприємства за безперервного режиму роботи;

– прогнозувати офіційний курс гривні щодо іноземних валют;

– проводити ABC-аналіз реалізації товарів;

– створювати оптимізаційну модель виробництва продукції з урахуванням одного з критеріїв оптимальності (максимум прибутку; максимум чистого доходу; мінімум повної собівартості; максимум випуску продукції; мінімум витрат основної сировини; мінімум затрат часу);

– будувати імовірнісно-автоматну модель виробництва продукції з урахуванням величин замовлень на продукцію; витрат, поповнення і запасів різних видів основної сировини;

– створювати електронну форму балансу підприємства;

– формувати електронну форму звіту про фінансові результати підприємства;

– створювати електронну форму таблиці для оцінки фінансового стану підприємства (аналізу його майнового стану, ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності);

– розробляти проєкт зі сфери електронної комерції з урахуванням трудових, матеріальних і фінансових ресурсів; будувати діаграму Ганта.

Крім того, їм можна запропонувати для виконання й простіші завдання:

– підготувати презентацію бізнес-плану віртуальної організації в програмі Microsoft PowerPoint;

– скласти бізнес-довідку в програмі Microsoft Word;

– використати різноманітні функції програми Microsoft Excel (фінансові, математичні, логічні, текстові, дати й часу, посилань і масивів);

– сформувати багатовимірний звіт реалізації товарів, звіт з оплати праці, створити каталог організацій, а також проаналізувати їхню цінову політику, послуговуючись табличним процесором Microsoft Excel.

Таким чином, студенти набудуть практичних навиків використання інформаційних і комунікаційних технологій (зокрема, програм пакету Microsoft Office – Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint); створення та дослідження комп'ютерних моделей, застосування статистичних методів і моделей для аналізу об'єктів і процесів у сфері менеджменту. У подальшому спектр програм для опанування студентами-менеджерами можна розширити більш спеціалізованими програмними продуктами, доступними в конкретних ЗВО.

Література:

1. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: Наказ МОН України від 29 жовт. 2018 р. № 1165 (зі змінами). URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/073-menedzhment-bakalavr.pdf.

2. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» для другого (магістерського) рівня вищої освіти: Наказ МОН України від 10 лип. 2019 р. № 959. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/07/12/073-menedzhment-magistr.pdf.

3. Тоцька О. Л. Сучасні інформаційні технології в професійній діяльності: лабор. практикум. Луцьк: Вежа-Друк, 2020. 124 с.

УДК 65.014.12

Трифонова І.С.
Студент групи М21-1зм
Науковий керівник

Єдинак В.Ю.
К.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університет митної справи та фінансів, Дніпро, Україна

НОВІ МОЖЛИВОСТІ: ЯК HR МОЖЕ ПОБУДУВАТИ ОРГАНІЗАЦІЮ МАЙБУТНЬОГО

Діловий світ змінюється із великою швидкістю. Множинні чинники змінюють те, як функціонують організації, у тому числі нові технології, мінливі потреби бізнесу, ринок талантів, що розвивається, і більш високі очікування співробітників. Корпоративні цілі стимулюють сміливі бізнес-кроки. "Праця" стає "талантом". Ієрархії стають мережами команд. Конкуренти стають учасниками екосистеми. І компанії стають людянішими: надихають, співпрацюють і прагнуть створити для співробітників значний і приємний досвід.

Як краще організувати роботу організації в майбутньому? Компанії, готові до майбутнього, мають три загальні характеристики: вони знають, що вони являють собою і за що виступають; вони працюють з упором на швидкість та простоту; і вони ростуть за рахунок розширення своєї здатності вчитися та вводити нововведення. Компанії, які працюють цілеспрямовано, мають більше шансів створити значну довгострокову цінність, яка може призвести до вищих фінансових показників, підвищення залучення співробітників та підвищення довіри клієнтів.

Фахівці з персоналу відіграють життєво важливу роль у забезпеченні відповідності організації своїм цілям та цінностям. HR може сформулювати та проілюструвати бажаний індивідуальний спосіб мислення та поведінку, пов'язані з метою, шляхом виявлення «важливих моментів» у культурі компанії та перетворення мети на набір керівних принципів та норм та поведінки співробітників. Організації, які можуть перерозподіляти таланти відповідно до своїх стратегічних планів, більш ніж удвічі частіше перевершують своїх колег. Щоб пов'язати талант із цінностями, найкращі таланти мають бути переведені на критично важливі ролі, що визначають цінність.

Це означає відхід від традиційного підходу, в якому найважливіші ролі та таланти взаємозамінні та засновані на ієрархії.

Залучення найкращих людей до найважливіших ролей вимагає дисциплінованого погляду на те, де організація дійсно створює цінність і

який внесок роблять кращі таланти. Візьмемо, наприклад, зусилля Tesla щодо створення культури стрімких інновацій чи нав'язливу орієнтацію Apple на зручність використання. Ці культурні пріоритети є основою ціннісних програм цих компаній. Ролі, необхідні для перетворення таких пріоритетів у цінності, часто пов'язані з дослідженнями та розробками та наповнені талановитими, творчими людьми.

Компанії знають, що найкращий досвід співробітників означає найкращий прибуток. Успішні організації працюють разом зі своїми людьми, щоб створити персоналізований та мотивуючий досвід, який відповідає меті для підвищення ефективності окремих осіб, команди та компанії. Організаційна гнучкість покращує як продуктивність компанії, так і задоволеність співробітників. Управління персоналом може відіграти важливу роль у переході організації від традиційної ієрархії до ринку, який надає таланти та ресурси для набору наділених повноваженнями невеликих команд, допомагаючи їм у досягненні їхніх місій та виступаючи як спільна дороговказна зірка. Щоб досягти успіху, трансформація повинна торкатися всіх аспектів організації - людей, процеси, стратегію, структуру та технології.

Підсумовуючи, можна сказати, що у міру того, як організація майбутнього набуває форми, HR буде рушійною силою багатьох ініціатив: відображення таланту на цінність; підвищення гнучкості персоналу; пріоритезація стратегічного кадрового планування, управління продуктивністю та перепідготовки кадрів; побудова HR-платформи; та розвиток технологічної екосистеми HR. Щодо інших ініціатив, HR може допомогти керівникам вищої ланки просуватися вперед у встановленні та поширенні мети, покращенні досвіду співробітників, просуванні лідерства та культури, а також спрощенні організації.

Список використаних джерел

1. Міжнародне дослідження Deloitte «Тенденції у сфері управління персоналом – 2017[Електронний ресурс] // Режим доступу: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2017-1st-trend.html

2. Система управління талантами в сучасних організаціях [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/65.pdf

3. Таланти як особлива категорія працівників компанії [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://global-national.in.ua/archive/21-2018/50.pdf

УДК 338.45:339.9:669

Тулупов М.О.
к.т.н., асистент кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України (НМетАУ)

ІНЖИНІРИНГ ПІДПРИЄМСТВА - НАУКОВА ПАРАДИГМА ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕТАЛУРГІЇ УКРАЇНИ ДО INDUSTRY 4.0

Основу концепцій цифрової трансформації, діджиталізації, Industry 4.0 та інших частково нових концепцій, які ґрунтуються на досягненнях в галузі інформаційних технологій (ІТ), складає класична парадигма інжинірингу підприємства (Enterprise Engineering - EE). Її науковий апарат розроблявся в 1990-2000 рр. EE продовжує розширюватися та залишається актуальною і сьогодні [1].

Парадигма EE включає такі головні концепції як: моделювання підприємства (Enterprise Modeling - EM), інтеграція підприємства (Enterprise Integration - EI), архітектура підприємства (Enterprise Architecture - EA), інтеграція прикладних програм (ІПП) підприємства (Enterprise Application Integration - EAI).

За допомогою EE забезпечується поєднання бізнес-процесів, виробничих процесів та процесів реалізації продукції із використанням загальної архітектури для досягнення місії підприємства. Мета EE - підтримка, створення, експлуатація та розвиток ефективних, гнучких, швидко реагуючих підприємств (сітьових, розширених, холонічних, віртуальних) на основі інтеграції ІТ на всіх рівнях їх архітектур [2,3].

Використання наукового апарату EE дозволяє: створити модель підприємства (EM) у вигляді загальної архітектури (EA) взаємопов'язаних систем (процеси/функції|, організація, інформація, ресурси) із визначенням та описом бізнес-процесів діяльності; інтегрувати підприємство (EI) із застосуванням ІТ (складова системи ресурсів): 1) здійснити внутрішню інтеграцію всіх систем, створити на практиці електронне підприємство (e-Enterprise) та його електронну модель; 2) провести зовнішню інтеграцію e-Enterprise до складу електронного бізнесу (e-Business) або бізнесів.

Використання EE дозволяє задовольняти вимоги бізнесу, забезпечувати конкурентні переваги, досягати місії та стратегічних цілей підприємства; максимізувати результативність, ефективність, цінність від його діяльності.

Цілями EM є: візуальне представлення функціонування всіх систем підприємства у вигляді інтегрованої моделі та практична її реалізація у вигляді електронної моделі; застосування моделі для інтеграції підприємства, контролю, моніторингу діяльності, стратегічного аналізу та управління, управління змінами (приведення всіх систем у відповідність до вимог стратегії розвитку та вимог ринку шляхом виявлення розривів, визначення та запровадження проектів змін).

До цілей EI відносяться: інтеграція всіх систем із використанням ІТ, підтримка, координація, оптимізація бізнес-процесів; підтримка підприємства в

інтегрованому стані; забезпечення комунікацій, узгодження, взаємодії, обміну даними між ПП, ІС, персоналом, обладнанням; створення єдиної ІС; спільне використання даних, процесів, функцій ПП, ІС та прийняття управлінських рішень; управління життєвим циклом продукції [2-6].

Науковий апарат ЕЕ містить відповідні методології, стандарти, методи, інструменти [2,5].

Проблемою ІТ в ЕІ є ЕАІ, яка пов'язана з інтеграцією ПП, ІС, обладнання [2,3]. Як область знань ЕАІ - це підходи, технології, методи ІТ та ІС, які застосовуються для об'єднання та організації взаємодії декількох ізольованих ПП та ІС з несумісними ІТ в єдину ІС підприємства [7].

Бізнес-метою ЕАІ є: підтримка стратегії розвитку за рахунок автоматизації та підвищення ефективності бізнес-процесів та управління ними. Технічні цілі ЕАІ: 1) створення архітектури інтеграції на основі проміжних ПП (middleware's), забезпечення сумісності та об'єднання ПП та ІС в єдину ІС; 2) автоматизація зв'язку, обміну, синхронізації, узгодження, об'єднання, взаємодії та спільного використання даних, функцій, процесів всіх ПП та ІС підприємства [7].

В [8] нами запропоновано класифікацію знань в області ЕАІ.

Реалізація знань ЕЕ на металургійних підприємствах стикається с певними проблемами: 1) тривала відсутність стратегії розвитку ІТ, проста еволюція ПП та ІС з-за частої зміни власників, вищого керівництва; 2) велика кількість застарілих та успадкованих ПП, ІС з несумісними ІТ, які експлуатуються ізольовано та придбані в різний період часу; 3) неповна автоматизація технологічних процесів; 4) наявність чотирьох основних рівнів ІС для інтеграції в єдину ІС: АСУТП, АСУП, два рівні ІС для управління: бізнес-процесами, стратегією [7,9-11].

Актуальність застосування знань ЕЕ в металургії України підтверджується результатами аналізу моделі зрілості Industry 4.0 Maturity Index. Моделлю передбачено шість рівнів: 1) комп'ютеризація (Computerization), 2) сітьова взаємодія (Connectivity), 3) видимість (Visibility), 4) прозорість (Transparency), 5) прогнозованість (Predictive capacity), 6) адаптивність (Adaptability). Перші два рівні розглядаються як підготовчі до впровадження Industry 4.0 та пов'язані з діджиталізацією (або створенням e-Enterprise). На наступних чотирьох рівнях створюється (рівень 3) та використовується (рівень 4-6) разом із сучасними ІТ електронна модель підприємства, основа побудови якої є парадигма ЕЕ [1,12].

Отже, компетентність вищого керівництва та персоналу підприємств металургії в області ЕЕ є ключовою для: 1) розробки стратегії цифровізації всіх рівнів ІС; 2) інтеграції ПП, ІС всіх рівнів в e-Enterprise та створення електронної (цифрової) моделі підприємства; 3) переходу від діджиталізації до Industry 4.0.

Література

1. Zinder E.Z. Expanding enterprise engineering paradigm / E.Z. Zinder // Business Informatics. 2016. No. 4, iss. 38. P. 7–18. doi: 10.17323/1998-0663.2016.4.7.18.

2. Molina A. Enterprise integration and networking: challenges and trends / A. Molina, H. Panetto, D. Chen, L. Whitman, V. Chapurlat, F. Vernadat // Studies in Informatics and Control. Bucharest, Romania: Informatics and Control Publications, 2007. Vol. 16, iss. 4. P. 353–368.

3. Xu L.D. Enterprise Integration and Information Architecture. A Systems Perspective on Industrial Information Integration / L.D. Xu. New York: Auerbach Publications, 2014. 446 p. doi: 10.1201/b17156.

4. Segarra G. Enterprise Integration - user requirements and the AIT approach. / G. Segarra, J. Dorne // Enterprise engineering and integration: building international consensus. Proc. of ICEIMT'97, Torino, Italy, October 28–30, 1997. (Research Reports Esprit) / K. Kosanke, J.G. Nell (Eds.). Berlin: Springer, Berlin, Heidelberg, 1997. P. 570–579. doi:10.1007/978-3-642-60889-6_64/.

5. Chen D., Vernadat F. Enterprise Interoperability: A Standardization View / D. Chen, F. Vernadat // Enterprise Inter- and Intra-Organizational Integration: Building International Consensus. IFIP TCS I WGS.12. Proc. of ICEIMT'02, Valencia, Spain, April 24-26, 2002 / K. Kosanke, R. Jochem, J.G. Nell, A.O. Bas (Eds.). New York: Springer Science+Business Media LLC, 2003. P. 273–282. doi:10.1007/978-0-387-35621-1.

6. Kosanke K. Enterprise Integration and Standardization / K. Kosanke // Enterprise engineering and integration: building international consensus. Proc. of ICEIMT'97, Torino, Italy, October 28–30, 1997. (Research Reports Esprit) / K. Kosanke, J.G. Nell (Eds.). Berlin: Springer, Berlin, Heidelberg, 1997. P.613–623. doi:10.1007/978-3-642-60889-6_64/.

7. Тулупов М.А. Методология построения информационной системы управления проектами на основе интеграции приложений предприятия / М.А. Тулупов // Кибернетика и системный анализ. 2020. № 4. С. 144–159.

8. Тулупов М.О. Класифікація знань та інструментів інтеграції додатків підприємства з метою побудови інформаційної системи управління проєктами / М.О. Тулупов // Управління розвитком складних систем. 2019. № 39. С. 39–48. doi: 10.6084/m9.figshare.11340641.v1.

9. Юрчак А.В. Индустрия 4.0 – предпосылки и направления роста в металлургии. URL: https://industry4-0-ukraine.com.ua/2017/03/21/индустрия-4-0-предпосылки-и-направлен/ (дата звернення: 12.11.2021).

10. Юрчак А.В. Цифровая трансформация производственного предприятия. URL: https://industry4-0-ukraine.com.ua/2017/06/30/цифровая-трансформация-производстве/ (дата звернення: 12.11.2021).

11. Григоренко Юрій. Сталева цифра: як металурги й гірники розвивають IT-технології. URL: https://gmk.center/ua/posts/staleva-cifra-yak-metalurgi-j-girniki-rozvivajut-it-tehnologii/ (дата звернення: 12.11.2021).

12. Industry 4.0 Maturity Index. Managing the Digital Transformation of Companies (acatech STUDY) / Schuh G., Anderl R., Gausemeier J., ten Hompel M., Wahlster W. (Eds.). Munich: Herbert Utz Verlag, 2017. 56 p.

УДК 33.331.444

Фокіна Ю. Ю.
Студентка групи АФ-11Б
ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В. Н. Каразіна
Науковий керівник
Ізюмцева Н. В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та професійних комунікацій ННІ «Каразінський банківський інститут» ХНУ імені В. Н. Каразіна

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ УПРАВЛІНЦЯ: МИСТЕЦТВО ДЕЛЕГУВАТИ ПОВНОВАЖЕННЯ

Багато людей мріють бути керівниками, мати свою команду, яка буде виконувати будь-які завдання. Проте не всі замислюються як важко управляти підлеглими та що повинен вміти гарний керівник. Головна проблема багатьох керівників це невміння розпоряджатися власним часом, що ж вже казати про час своїх підлеглих. Щоб навчитися управляти своїм часом треба ознайомитися з такою дисципліною, як тайм-менеджмент. Управлінець без знань та навичок у тайм-менеджменті ніколи не стане ефективним. Йому завжди буде бракувати часу, він не зможе правильно розставити пріоритети та головне вдало делегувати справи колегам.

Виходячи зі статистики ми можемо побачити, що частіше всього 20% робочого часу витрачається на важливі та термінові справи, в той час як 80% витрачається на неважливі та нетермінові справи [2]. Це ж свідчить про те, що і керівники і працівники не вміють виставляти пріоритети справ правильно і витрачають свій час даремно.

Спробуємо розібратися які навички необхідно мати керівнику, щоб бути ефективним та вести за собою команду. По-перше, виділимо основні напрямки, за допомогою яких здійснюється управління робочим часом:

- постановка мети;
- планування;
- прийняття рішень;
- реалізація та організація з розставлення пріоритетів;
- контроль за досягненням мети і виконанням плану.

Основний секрет особистої ефективності керівника – правильний розподіл робочого часу. А це неможливо без планування.

Відоме правило «10:90» свідчить, що 10% часу, витрачені на планування свого часу, економлять 90% робочого часу. Існують різні методи планування і звичайно кожному керівнику необхідно обрати саме той, що йому буде зручнішим. Проте під час планування необхідно розподілити справи таким чином, щоб заплановані займали близько 60%, залишаючи резерв на справи, які можуть виникнути несподівано.

Хоч ви і можете обирати будь-яку систему планування, проте всі вони полягають у тому, щоб виокремити справи, які потрібно зробити просто зараз, які можуть трохи почекати та такі, які можна просто делегувати. До речі, саме делегування справ сприяє ефективному використанню робочого часу, але не всі керівники вміють правильно делегувати обов'язки, а дехто просто боїться це робити.

Причини перероблення сучасних керівників:

• 52% начальників нікому делегувати частину своїх завдань;

• 29% не замислюються про делегування, хоч і не встигають виконати всю роботу протягом робочого дня;

• 24% керівників переробляють, тому що не делегують обов'язки, вважаючи, що ніхто не впорається з цією роботою краще них [1].

Управлінців-початківців і досвідчених керівників відрізняє ставлення до делегування. Новачки з побоюванням передоручають якісь свої обов'язки підлеглим. Найпоширеніші страхи звучать так - «Нікому не можна вірити», «Краще мене ніхто не впорається з цим завданням» або «Простіше самому зробити, ніж пояснювати співробітнику, як це робиться». Досвідчені начальники вірять у свою команду і без вагань довіряють їм відповідальні ділянки роботи. Легенда інвестування і засновник хедж-фонду Tiger Management Corp Джуліан Робертсон одного разу передав своєму 20-річному протеже під одноосібне управління понад $ 25 млн. Ось настільки Робертсон вірив у свого підлеглого. Інший відомий керівник - засновник кіностудії Lucasfilm і режисер Джордж Лукас - під час знімання «Зоряних воєн» довірив команді самостійно розробляти сценографію, визначати вектор розвитку персонажів і вибирати музику. Про свої рішення ці боси згодом не пошкодували [6].

Отже, якщо поміркувати, не довірившись працівнику ви ніколи не дізнаєтесь, що він дійсно вміє та не дасте можливості розвиватися. Водночас ви завалите себе роботою настільки, що не буде часу навіть «голову підняти». Таким чином, ми потрапляємо у таке собі коло: ми не делегуємо завдання, бо людина не вміє, а людина не вміє, бо ми не делегуємо. І як же з цього кола вибратися? По-перше, необхідно розібратися, які ж саме завдання потрібно делегувати, а які не треба.

✔ Необхідно делегувати: прості завдання технічного допоміжного характеру; підготовчу технічну роботу; експертні завдання, в яких працівник розбирається краще і може виконати роботу швидше та ефективніше.

✔ Можливо делегувати: представницькі функції в деяких ситуаціях; завдання, які потребують високої кваліфікації, досвіду; завдання, які мають невисокий ступінь ризику.

✔ Ні в якому разі не делегувати: стратегічні функції керівника з визначення цілей та завдань; масштабні фінансові питання; кадрові

переміщення; управлінські рішення за результатами контролю (заохочення і покарання); завдання особливої важливості, термінові.

По-друге, формулювання завдання підлеглому повинна бути чіткою та аргументованою. По-третє, необхідно пояснити чому саме цього працівника ви обрали для виконання певного завдання. По-четверте, ви повинні пояснити яким бачите кінцевий результат. По-п'яте, чітко встановлюйте терміни виконання роботи. Отже, можна виокремити такі запитання, які допоможуть вам правильно делегувати обов'язки:

1. Що має бути зроблено?
2. Хто повинен це зробити? Чому він повинен це зробити?
3. Як він повинен це зробити?
4. Коли він повинен це зробити?

Тепер розглянемо спосіб як почати делегувати та що для початку необхідно делегувати. Для цього необхідно скласти план справ, який на вашу думку можна делегувати (його ми можемо взяти зі списку ваших справ на день, з колонки з менш важливими справами). Не потрібно одразу думати кому ж я це доручу, в мене нема таких співробітників. Уявіть, що вони є. Коли перший список складено, проаранжуйте його за частотою виконання. Тобто як часто ви стикаєтеся з цим завданням. Тепер розділіть цей список на дві рівні частини згідно з порядком і далі працюємо з кожною частиною окремо. Тепер ми аранжуємо вже два списки за критерієм тривалості, тобто скільки часу необхідно витратити на ту чи іншу справу. І вже у вас готовий список справ для делегування. На першому місці у вас стоїть справа, яка найчастіше зустрічається та потребує найбільше часу, відповідно її ми обов'язково делегуємо. Якщо ж ваші співробітники не вміють робити ці справи, витратьте час та навчіть їх, адже маючи цей список, ви розумієте скільки часу витрачаєте і зрозумійте, що на навчання підлеглих ви витратите значно менше часу, ніж на постійне виконання цієї роботи.

Страх керівників перед делегуванням цілком зрозумілий. Однак відмова «ділитися» обов'язками не менш небезпечна для бізнесу, ніж можливо невірно виконана робота співробітником, що заміняє начальника. Завалений роботою керівник не зможе повноцінно займатися своїм основним завданням - управлінням і розвитком компанії або відділу. І в режимі постійного перероблення, швидше за все, дуже швидко вигорить. У свою чергу, якщо з розумом підійти до організації процесу делегування і скористатися порадами, можна мінімізувати ризики помилок підлеглих.

Використані джерела:

1. Причины переработки по исследованиям компании Hays//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hr-elearning.ru/issledovanie-hays-rezultaty-issledovaniya_motivacii_2018/

2. Факты и цифры об управлении временем от Д-р Дональд Э. Ветмор//[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://www.balancetime.com/2018/12/time-management-facts-and-figures/
3. Берд, П. Тайм-менеджмент: Планирование и контроль времени /П. Берд. – Москва: Фаир-Пресс, 2003. – 281 с.
4. Зайверт, Л. Ваше время – в ваших руках: советы деловым людям, как эффективно использовать рабочее время / Л. Зайверт. – Москва: АО «Интер-экспорт», 1995. – 266 с.
5. Кук, М. Эффективный тайм-менеджмент: как рационально спланировать свое рабочее и свободное время / М. Кук. – Москва: ФаирПресс, 2003. – 330 с.
6. Как супербоссы делегируют полномочия //[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hbr-russia.ru/liderstvo/psikhologiya/p18179

УДК 321.524

Cherniavska I.S.
senior lecturer, Department of Management,
Business and Professional Communication,
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University
Kulibaba A.D.
student, Department of Finance, Banking and Insurance
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University

THE IMPORTANCE OF BUSINESS ENGLISH FOR SPECIALISTS IN FINANCE

Business English gives the possibility for climbing career ladder to the international level for specialists in finance. Every organization or an enterprise is interested in an innovative development. To expand the scope of opportunities in the international market, compete with other businesses and organizations or provide global communication every company needs employees with fluent Business English who are valuable assets for any business, especially financial and credit institutions. English is essential for understanding the business background, maintaining public relations, continuing business correspondences, conducting and attending meeting conferences, preparing and analyzing reports, for negotiations and interviews, telephoning skills, for marketing and sales, for finance and banking [1, 10].

In the financial world it is important to have quick access to up-to-date business information. Business English opens the door to new knowledge for a financier in effective financial strategies, investment projects, the ways of the effective resource allocation etc. It also helps to move up the career ladder and become a more in-demand employee. A qualified financier with advanced level of Business English is one the main investments in the growth of a company.

Moreover, Business English makes it possible not only to receive new information, but share experience, opinions, acquired knowledge and skills in the Internet or real life. Due to Business English professionals in finance can enter global market. It helps to cooperate with partners, conduct negotiations, organize business meetings, presentations etc. as it is unlikely that employees will be able to communicate with foreigners only by using their native language. Cooperation with foreign partners is a normal practice and it is better to do it personally in order to avoid mistakes and misunderstandings. Also it is an essential tool in business correspondence.

Business English is the language of economics, trade, finance, banking, management and business in general. It is the main reason why financiers need

to learn it as they should always be able to discuss the issues related to work. In a large number of international companies Business English is required for all employees because it is impossible to work without it. In such companies employees can take corporate courses to improve their knowledge and skills.

Business English is extremely important for financial institutions such as banks, investment funds, consulting agencies etc. for an effective performance and cooperation with international organizations, international settlements, signing contracts etc. Moreover students or postgraduates may not be able to study abroad or have an internship in a foreign company without it.

Therefore the the lack of Business English knowledge makes the possibility of running company finance much weaker and those who want to expand opportunities should definitely start learning it. Proficiency in Business English is the basic ability to communicate in any forms - in writing, by phone or face to face, on any topic directly related to business and finance.

Reference

1. Chandra Sekhar Rao V. English for Business and Management. Journal for Research Scholars and Professionals of English Language Teaching.Issue 2, Vol. 1, 2017.

УДК 321.524

Cherniavska I.S.
senior lecturer, Department of Management,
Business and Professional Communication,
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University
Sokolova Yu.
student, Department of Finance, Banking and Insurance
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University

COMMUNICATIVE COMPETENCE IN FINANCIAL ACTIVITY

Today, enterprises in the banking sector offer a wide range of services and products. Therefore, the communicative competence of sales managers becomes one of the most important competitive advantages. HR professionals and business leaders state that sales managers at the beginning of their career do not show the professionalism and communication skills needed to interact effectively with customers. Communication is the act of sending a message through different media; it can be verbal or nonverbal, formal or non-formal so long as it transmits a thought provoking an idea, gesture, action, etc. [1, 1]. Communicative competence includes the ability to clearly express opinions, persuade, argue, establish interpersonal relationships, coordinate their actions with the actions of colleagues, choose the best option and style of communication in different business situations, start and maintain a dialogue.

Clients immediately begin to evaluate this characteristic of quality bank employees, taking into account the behavior, the manner of speech, the questions they ask, whether they are well prepared for the discussion. Now bank managers must not only have knowledge of products and services, but also the professional skills to interact effectively with customers. They should be able to easily initiate contact with customers, clearly formulate their questions, end the conversation correctly, focusing not only on one-time sales, but also on establishing long-term relationships. They must be able to see the needs of customers, be attentive and tolerant of people with a different mentality, be willing to help, but remain focused on the result and profitably represent the interests of the company in negotiations of any complexity. Purposeful work of each employee in the field of finance to improve professional skills in business communication, knowledge of the mechanisms of psychology promotes the development of management skills, ensures the efficiency of a financial institution or a whole enterprise. The specifics of the work of financial workers is that they perform work that is expressed in a clear and convincing justification of the goals and activities of the company. The professional activity of an

employee in the field of finance can be characterized as a complex multifunctional activity that combines both executive and managerial components, and innovation, associated with the need to make non-standard decisions in the changing world. In today's world, the employee's ability to communicate well is valued by the employer. After all, such an employee is able to bring many benefits and results to the company.

Not only general communication competence is important, but also internal communications in a financial institution. Internal communication helps to ensure that everyone in the organization is aware of important corporate issues, meetings and understands the goals and objectives of the company. This increases the level of understanding between employees, helps to avoid mistakes and poor quality information. High indicators of internal communication increase the quality of work and, accordingly, the company's profit as a whole. In today's world, customers expect the availability of financial services 24 hours a day, 7 days and prompt resolution of their problems and wishes. For this reason, some of the traditional methods of communication, such as paper correspondence and e-mail, are insufficient. Therefore, in order to increase the efficiency of customer service and reduce the time spent on it, it is necessary to immediately inform everyone in a large complex organization. And the usual familiar e-mail does not always meet the requirements of practicality and convenience. Therefore, to facilitate the work in the field of finance and many others, various programs and specialized applications have been created. Messages in them can be sent quite quickly and easily, because programs have ready-made templates, which an individual company can also customize or create a completely new unique template that will match the corporate brand. It is possible to notify all employees of the bank about important news in minutes, or, if necessary, send messages only to certain groups of employees. The ability to use such programs greatly facilitates the functioning of the entire organization, has a positive impact on its development and profit growth, and also improves the relationship between employees, which undoubtedly also affects the level of work.

Good internal communication practices are the basis for increasing employee engagement: this means that employees are constantly aware of the goals of a bank or a financial institution, especially when working with customers. Financial institutions must take all necessary measures to properly interact with customers. This will guarantee customer retention and benefit. Therefore communicative competence of specialists is an essential and valuable asset for any financial institution.

Reference

1. Radovic Markovic, M., & Salamzadeh, A. (2018). The Importance of Communication in Business Management, The 7th International Scientific Conference on Employment, Education and Entrepreneurship, Belgrade, Serbia.

УДК 321.524

Cherniavska I.S.
senior lecturer, Department of Management,
Business and Professional Communication,
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University
Frolovskyi D.
student, Department of Management,
Business and Professional Communication
Karazin Banking Institute
V.N. Karazin Kharkiv National University

SOME ASPECTS OF PSYCHOLOGICAL PRINCIPLES KNOWLEDGE IN NEGOTIATIONS

In today's world, negotiations are one of the key aspects of managerial work. The knowledge of some psychological principles greatly increases the efficiency of negotiations and can give more profitable conditions of a contract.

Negotiations can be split on three stages such as preparation, realization and completion. It is important to consider some psychological aspects of these stages.

On the stage of reparation in addition to planning time, place, goals of a negotiation specialists should study and analyze the information about their opponents. The knowledge of their habits, strengths and weaknesses allows to adjust effectively negotiation tactics. It is important to take into account the components of personality (abilities, temperament, character and self-awareness) as well as the psychological type of opponents. In this way, specialists create favorable conditions for communication, in which opponents are friendlier and better suited for contact.

Another important point in preparation for negotiations is emotional and volitional preparation. The whole result of negotiations depends on the ability of specialists not to panic, remain calm and purposeful. It is necessary to be prepared for the possible psychological impact that opponents may cause.

After analyzing opponents and emotional training, specialists plan a negotiation strategy that can demand concessions from the opponent, minimize own concessions and maximize the concessions of the opponent, help to get a mutually beneficial compromise or can be mixed.

On the stage of realization during the negotiations the main goal is to influence opponents. For this purpose, various tactics can be used, which are divided into inflexible and flexible, as well as active that involves initiative, passive and waiting with minimum activity.

Argumentation, persuasion, motivation are used to influence opponents during negotiations. Arguments, in turn, are divided into factual, logical and axiological (moral, ethical and legal norms).

Psychologists recommend to behave restrainedly and not to give in to emotions during negotiations; try to understand the opponent; as it is common for people to lose concentration while receiving information, so sometimes it is necessary to attract the attention of the opponent; false information should not be used during negotiations, even if the opponent uses it; identifying the interlocutor with the subject of the conversation complicates the objective assessment of information.

On the stage of completion each party analyzes the results of negotiations. Depending on the findings, specialists decide whether to work with this person in the future. Reliable and predictable partners are of greater interest.

Thus, negotiation is a complex process for which it is important to know and be able to use a number of psychological principles. It is important to remember that the psychological part of negotiations begins at the stage of preparation and lasts until their completion.

Reference

1. Mirovaya politika: teoriya, metodologiya, prikladnoi analiz / Otv. red. A.A. Kokoshin, A.D. Bogaturov. – M.: KoMKniga, 2005. – S. 32.

УДК 658.52

Ізюмцева Н.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту,
бізнесу та професійних комунікацій
Шевченко Д.Ю.
студентка 3 курсу
ННІ «Каразінський банківський інститут»
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ

Актуальність даної теми дослідження зумовлена тим, що на сучасній стадії економічного розвитку головним елементом в комплексі маркетингу для банківських установ є політика комунікації, ефективне використання цього дозволить банку зайняти позицію змагання на ринку, який буде в кінцевому рахунку мати позитивний вплив на тривалий розвиток і доход банку.

В економічній літературі приділено значну увагу особливостям побудови ефективних бізнес-комунікацій та проблемам розвитку бізнес-комунікацій організацій різних галузей, які досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці. Так теоретико-методологічні та практичні аспекти побудови ефективних бізнес-комунікацій у банківській сфері досліджували Г. П. Бортніков, М. Гундарін, І. І. Ков'ях, Н. В. Куденко, Л. О. Мелехова, А. В. Нікітін, М. П. Овчарук, Т. О. Парамонова, С. М. Петькун, О. В. Савчук та багато інших [1].

Слід зазначити, що в процесі огляду наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених було встановлено - сучасна стадія економічних реформ в Україні представляє банкам завдання забезпечення високої ефективності, яка буде діяти в умовах зміцнення банківського змагання, фактично це зумовлює необхідність реалізації в діяльності комунікативної політики [2].

Будь-яка комерційна організація, і, в тому числі банки, діють на ринку в певний системі взаємин з іншими суб'єктами. Ці взаємні відносини з'являються між організацію та її партнерами, споживачами, конкурентами, державою та іншими.

Успіх чи невдача підприємницької діяльності багато в чому залежить від того, наскільки ефективно побудовані ці взаємовідносини, іншими словами, наскільки ефективно здійснюється процес комунікацій між організацією та її зовнішнім середовищем [3].

Буде доречним зауважити, що комунікації в банківській сфері слід розглядати як управління процесом просування банківських продуктів та послуг на стадіях, - перед продажем, у момент продажу, протягом

споживання, після споживання. Тому дуже важливим є зворотний зв'язок між банком і його клієнтами.

Весь використовуваний банком комплекс комунікацій реалізується в рамках так званої комунікативної політики банку, яка є важливим інструментом підвищення його ефективності та забезпечення довгострокового розвитку на ринку банківських послуг [4].

Комунікативна політика підприємства повинна постійно удосконалюватися з урахуванням інформаційного навантаження покупців або клієнтів, рівня розвиненості систем внутрішньої і зовнішньої взаємодії фірми з суб'єктами маркетингового середовища, а також з урахуванням зростаючого різноманіття інструментів і засобів комунікацій. Це стає необхідною умовою і чинником стійкості, конкурентоспроможності і успіху фірми на ринку [5].

У висновку слід зазначити, що у сформованих ринкових умовах, що характеризуются досить високою конкуренцією, банку недостатньо тільки розробити новий якісний товар (послугу), встановити на нього оптимальну ціну та вибрати ефективні канали розподілу. Все більше уваги в управлінні банком повинно приділятися його комунікаціям із суб’єктами зовнішнього середовища, що в цілому реалізується в його комунікативній політиці.

Список використаних джерел

1. Зовнішні бізнес – комунікації банку як інструмент підтримки репутації в умовах кризи // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/71.pdf

2. Сутність та роль комунікаційної політики банку в сучасних умовах // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/sutnist-ta-rol-komunikatsiynoyi-politiki-banku-v-suchasnih-umovah

3. Комунікативна політика в системі державного управління // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=409

4. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/051-054.pdf

5. Державне регулювання інформаційно – комунікативної сфери: міжнародний досвід для України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2013/32.pdf

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1.
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ, ФІНАНСОВІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Білоцерківський О.Б., Литвин О.С.
ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ 6

Білоцерківський О.Б., Приходько Є.Г.
УКРАЇНСЬКІ БІРЖІ КРИПТОВАЛЮТ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ 9

Бітнер І.В., Гончарук Х.М.
ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ПРИСУТНОСТІ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ 11

Бітнер І.В., Остапенко В.В.
ІНВЕСТИЦІЙНЕ КРЕДИТУВАННЯ ЯК МЕТОД ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ 14

Бітнер І.В.,Черваньов.Д.О
ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»
ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ АСПЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ 17

Будник Л. А., Лісецька Л.О.
СУДОВО-ЕКОНОМІЧНА ЕКСПЕРТИЗА У ГОСПОДАРСЬКОМУ ПРОЦЕСІ.....20

Волохова І.С., Хищенко А.М.
БЮДЖЕТНІ РЕСУРСИ
ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ 23

Грінько А.П., Белянцева В.В.
ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ
НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ ТА БІЗНЕСУ 26

Гнип Н.О., Карпішина А.Р.
ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 29

Гнип Н.О., Туінова Т.І.
ПРОБЛЕМИ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 32

Гнип Н.О. Шевченко Д. Ю.
ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 35

Городецька Т.Е.
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 38

Григорян О.О.
ТЕОРЕТИЧНІАСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙ 41

Даніч В.М., Татар М.С.,
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 44

Даудова Г.В.
СЕРЕДНЬОСТРОКОВЕ БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ СЕКТОРАЛЬНОГО РОЗВИТКУ 47

Зомчак Л. М., Лапінкова А.О.
АВТОРЕГРЕСІЙНА ДИСТРИБУТИВНО-ЛАГОВА МОДЕЛЬ ІНФЛЯЦІЇ УКРАЇНИ 50

Карандюк О.Г., Ткаченко В. Ю.
ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ЦИКЛІЧНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 53

Кириченко А. В., Додачко С. А.
ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 56

Кліменко О. М.
ПЕРЕШКОДИ ВТІЛЕННЮ НОВОВВЕДЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОБХІДНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 59

Козуб В.О.
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ 61

Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю., Антонов І.М.
ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ 64

Müller W., Khrystoforova O.M.
THE WIRECARD SCANDAL IN GERMANY: EUROPEAN LESSONS 67

Новікова Т.В., Мельник М.С.
НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ФОРМУВАННЯ КРИЗ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 72

Новосад Д. Ю.
РИНОК НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ. ЖИТЛОВА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 75

Павлішина Н. М., Беденко В.О.
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....78

Панкратова О.М., Котковський В.Р.
СТІЙКИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ 80

Панкратова О.М., Куцевол А.С.
РОЛЬ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ
В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ 83

Пономаренко Т.М., Дробицький О.В.
ДО ПИТАННЯ ВИВЧЕННЯ ПІДХОДІВ ЩОДО ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА
СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....87

Петренко В. О., Бушуєв К.М., Фонарьова Т.А., Устінов А.А.
ДО ПИТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ
ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРВІСУ
В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ 89

Рибалко-Рак Л.А., Терів П. С., Гаврилюк О.О.
ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ.....92

Самарічева Т.А., Нужда А.Л.
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ
ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 94

Сергієнко О.А., Самусь П.О.
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
НА ПРИКЛАДІ СТАРТАПУ «HEALTH HELPER» 98

Ситник Л.С., Біша К.В.
ІНВЕСТУВАННЯ У СФЕРУ ОСВІТИ
ЯК ПРІОРИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ 101

Ставерська Т.О., Панфілова Я.А.
ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ ТА ОСНОВНІ
ВЕКТОРИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ 104

Степаненко Н.О.
ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
НА ПОЛІПШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ
РЕГІОНІВ УКРАЇНИ 107

Степуріна С.О., Ломовцева В.К.
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ТА РЕКЛАМНОГО БІЗНЕСУ.....110

Тараєвська Л. С., Татарчук Р.Т.
МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ 113

Тардаскіна Т.М., Грищук Т.В.
РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЇ ХМАРНИХ ОБЧИСЛЕНЬ ЯК АКТУАЛЬНИЙ
РИЗИК-ТРЕНД РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ 116

Тичиніна Г.Г., Пономаренко Т.М., Дробицький О.В.
ДЕЯКІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 119

Топалова С.О., Панаетов Г.К.
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РЕСУРС
ТА ФАКТОР КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ 122

Торяник Ж. І., Бенбенок А.В.
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ
ТРЕЙД-МАРКЕТИНГУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 125

Торяник Ж.І., Торяник І.В., Солопіхіна М.В.
РЕАЛІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ
У ДОСЯГНЕННІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 128

Хмара Н.О., Теленок І.М.
НЕОБХІДНІСТЬ ПОСТІЙНОГО ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ..... 131

Черкашина Т.С.
THE OVERVIEW OF KEY MOTIVATION FACTORS FOR EMPLOYEES
AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISES 134

Чорна О.А.
ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ 137

Чхеайло А.А., Малафєєв Т.Р.
КОРПОРАТИВНА ВАКЦИНАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ 140

Шведун В.О., Євсюков О.П.
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ
ЯК ЗАПОРУКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ 142

Швидка О.Б.
ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ 145

Швидка О.Б., Власова В.В.
ВОЛОНТЕРСТВО У СОЦІАЛЬНОМУ ПАРТНЕРСТВІ 148

Швидка О.Б., Погореленко А.К.
СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В ПРОЦЕСІ ВЕДЕННЯ
ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....152

Svydka O., Sytnyk B.
KESI Karazin banking institute V. N. Karazin Kharkiv National University
INNOVATIONS AS THE FOUNDATION OF BANKING INSTITUTION DEVELOPMENT 155

Шевченко В.І., Червоточенко А.С.
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРАЦІВНИКІВ 157

Шкодіна І. В., Єнгібарян М.А.
ВПЛИВ COVID19 НА ВПРОВАДЖЕННЯ БІЗНЕСОМ ТЕХНОЛОГІЙ ІНДУСТРІЇ 4.0 160

Яворська О.Г.
БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ЯК ІНДЕНТИФІКАТОР БІЗНЕС-МОЖЛИВОСТЕЙ В КОРПОРАТИВНІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА 163

РОЗДІЛ 2.
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

Бакаляр Д.Г.
УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМИ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 166

Бєляєва Л. А., Калиниченко О.
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ АМОРТИЗАЦІЇ (ЗНОСУ) ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ 169

Бєляєва Л.А., Карпішина А.
СУЧАСНИЙ СТАН ЗАБОРГОВАНОСТІ З ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ 172

Бердікабулов Ш., Єршова Н. Ю.
ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ В ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОМУ МЕХАНІЗМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ 175

Бестужева С.В., Нікітченко Є.А.,
ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ІНОЗЕМНИМИ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИМИ МЕРЕЖАМИ.....178

Вареник В.М.
BAS: ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВІДМІННОСТІ ВІД 1С.....181

Внукова Н.М., Кіріна І. В.
ГРУПУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ЗА РІВНЕМ АДАПТОВАНОСТІ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ 185

Годнюк І., Вольська А.
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ХМАРНОГО ОБЛІКУ 188

Гончаренко Н. Г.
ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ –
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ 191

Давиденко Д. О., Шорох В. Д.
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ
В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ FINTECH.....193

Доброскок Ю. Б., Калинич А. Я.
РОЛЬ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ
У ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІЙ ПОЛІТИЦІ КРАЇН-УЧАСНИЦЬ.....196

Заячковська Г. А., Кіреєва Є. О.
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ УКРАЇНИ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....198

Кушлик О.Ю., Шеленко С.Л.
ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 201

Mironchuk Z.P., Cicka N.E.
ACCOUNTING AND CONTROLLING
OF INNOVATIVE ACTIVITY THE ENTERPRISE 204

Морозова Н.Л., Гудок А.С.
РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ 207

Нікіпчук Б. О., Амбарчян М. С.
ПРОБЛЕМА УЗГОДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО
ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В ЧАСТИНІ ОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 209

Панасюк І. А., Амбарчян М. С.
ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ,
ОТРИМАНИХ ЗА КОРДОНОМ.....211

Пеняк Ю.С., Руденко А.О.
ОСНОВНІ ЗАСАДИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ.....214

Пеняк Ю.С., Шевченко Д.Ю.
ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ
ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ, РОБІТ ТА ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....217

Пестовська З.С.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ РАННЬОГО
ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА РЕАГУВАННЯ НА КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВ 220

Cernisevs.O.
ANALISIS OF FACTORS INFLUENSING THE FORMATION
OF THE TRANSACTION PRICEIN THE BLOCKCHAIN 223

Троян В. І., Моісеєнко К. Є.
РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ
У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 236

Fedorenko S. I., Semenchenko T.O.
HOW TO DESIGN APPLICATIONS FOR MOBILE DEVICES 239

Чхеайло А.А., Корсунський Р.М.
ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ПРОДУКТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ 242

Штик Ю.В., Миронович Є.О.
ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ЗВІТНОСТІ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....245

РОЗДІЛ 3.
ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Берестовська М.А., Єдинак В.Ю.
КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ – ВАЖЛИВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРА
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ 249

Бітнер І.В., Панченко К.І.
МОДЕЛЬ КЛАСИФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ
ДЛЯ ОЦІНКИ СТАНІВ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 252

Вакофян В. Г.
ОСНОВИ УСПІШНОСТІ
ПРОЦЕСУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ.....255

Васільєва А.В., Степуріна С.О.
ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ
І СПЕЦІАЛЬНОГО НАВЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ 258

Грінько А.П., Логвинова О.В.
СУТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВИ
ЇЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ 261

Грінько А.П., Пукалова К.О.
ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ
НА БІЗНЕС ТА ДІЛОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ.....263

Hrynko Pavlo
FORMATION OF TRADE POLICY OF UKRAINE IN THE DIGITAL AGE.....265

Дуна Н.Г., Клецова Ю.Ю., Гайденко Ю.А.
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ: НАСЛІДКИ ТА ПРОТИРІЧЧЯ 268

Zetao Hu
INTRODUCTION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN MODERN
CULTURE OF CHINA RURAL AREAS 271

Іващенко М.В.
АКТУАЛЬНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
РИНКУ ОСВІТНІХ ONLINE ПЛАТФОРМ.....274

Ізюмцева Н. В., Кальченко Ю.О.
ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ
ДОСВІД.....277

Ізюмцева Н.В., Савьолова Т.О.
ІННОВАЦІЙНО-ЕКОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ: «ЗЕЛЕНА
РОЗРОБКА» - СТВОРЕННЯ ВУГЛЕЦЕВО-НЕЙТРАЛЬНИХ ВЕБ-САЙТІВ 280

Ізюмцева Н.В., Савьолова Т.О.
СУЧАСНЕ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ:
ПЕРСПЕКТИВИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ У СФЕРІ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 283

Ізюмцева Н. В., Туінова Т.І.
ПРОБЛЕМИ, ЯКІ З'ЯВЛЯЮТЬСЯ НА ШЛЯХУ ВЕДЕННЯ
ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ.....286

Ізюмцева Н.В., Юрченко Н.Є
ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ 289

Карімов Г. І., Мішагіна І.А.
ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ МЕНЕДЖЕРІВ
В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ.....292

Коробка В.Ю., Ізюмцева Н.В.
ПРОБЛЕМАТИКА ҐЕНДЕРНОГО АСПЕКТУ
В РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЇ ЛІДЕРСТВА 295

Косовцова А.С., Ізюмцева Н.В.
ПРОБЛЕМА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЧАСУ,
ЯК ГОЛОВНОГО РЕСУРСУ 298

Моісеєнко Т. Є.
НАПРЯМИ ПОЗИТИВНОГО ВПЛИВУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ
НА МІЖНАРОДНИЙ ТОРГОВИЙ БІЗНЕС.....302

Moroz S. T., Semenchenko T.O.
TIME MANAGEMENT TECHNIQUES TO INCREASE STAFF PRODUCTIVITY....305

Морозова Н.Л., Татарко М.С.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ РЕКЛАМИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ 308

Лінькова О.Ю.
ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРІВ 311

Олійник В. В., Грінько А.П.
МЕТОДИ ПОКРАЩЕННЯ ІТ- СТРАТЕГІЇ БАНКУ 314

Oriekhova K.V., Palazentseva K.V.
ASSESSMENT OF THE IMPACT OF CASH FLOW ON THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY 317

Побажанська В.М., Ізюмцева Н.В.
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОЇ СИСТЕМИ ЧАСУ 320

Руднєва В.Р., Ізюмцева Н.В.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ 324

Semenchenko T., Gaydykova A. V.
INVESTING IN IT BUSINESS: AN OVERVIEW OF THE CURRENT SITUATION IN UKRAINE AND ABROAD 327

Semenchenko T., Zavadovskyi M. O.
TIME MANAGEMENT TECHNIQUES 330

Semenchenko T.O., Fedorenko S. I.
BOOSTING DIGITAL LITERERACY OF EMPLOYEES: HOW TO DESIGN APPLICATIONS FOR MOBILE DEVICES 332

Semenchenko T., Yuzhenko E.O.
MOTIVATION OF EMPLOYEES OF THE COMPANY: THE CONCEPT OF MOTIVATION, THEORY AND METHODS OF MOTIVATION 335

Shevchenko V.I., Rud O.O.
MOTIVATION OF EMPLOYEES TO INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE 337

Тоцька О. Л.
ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ 340

Трифонова І.С., В.Ю. Єдинак
НОВІ МОЖЛИВОСТІ: ЯК HR МОЖЕ ПОБУДУВАТИ ОРГАНІЗАЦІЮ МАЙБУТНЬОГО 342

Тулупов М.О.
ІНЖИНІРИНГ ПІДПРИЄМСТВА - НАУКОВА ПАРАДИГМА ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕТАЛУРГІЇ УКРАЇНИ ДО INDUSTRY 4.0 344

Фокіна Ю. Ю., Ізюмцева Н.В.
ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ УПРАВЛІНЦЯ: МИСТЕЦТВО ДЕЛЕГУВАТИ ПОВНОВАЖЕННЯ.....347

Cherniavska I.S., Kulibaba A.D.
THE IMPORTANCE OF BUSINESS ENGLISH FOR SPECIALISTS IN FINANCE.....351

Cherniavska I.S., Sokolova Yu.
COMMUNICATIVE COMPETENCE IN FINANCIAL ACTIVITY 353

Cherniavska I.S., Frolovskyi D.
SOME ASPECTS OF PSYCHOLOGICAL PRINCIPLES KNOWLEDGE IN NEGOTIATIONS 355

Шевченко Д.Ю., Ізюмцева Н.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ.....357

Мережне наукове видання

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ: КОНЦЕПЦІЇ, ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ, МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник тез доповідей
І Міжнародної науково-практичної конференції

(25 листопада 2021 року, м. Харків, Україна)

Матеріали подаються в авторській редакції

Формат 60×84/8. Гарнітура Таймс.
Обл.-вид. арк 27,6. Умовн. друк. арк. 22,1.

Системні вимоги:
Процесор Pentium-класса; ОС Windows 7/10;
дисковод CD-ROM; Acrobat Reader 10.
Об’єм даних 6,5 Мб. Замовлення № 2/2022.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
м. Харків, 61022, майдан Свободи, 4.

Свідоцтво суб’єкта видавничої справи ДК No 3367 від 13.01.2009 р.