



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана**

Факультет економіки та управління

Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

НАУКОВІ БАРВИ – 2023

Збірник тез доповідей
учасників II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції
студентів, аспірантів і молодих вчених

17 листопада 2023 року

Київ 2023



Організаційний комітет:

Рєпіна І. М. — докторка екон. наук, професорка, завідувачка кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, голова організаційного комітету декади студентської науки «Наукові барви», модератор секції 2

Шевчук Н. В. — канд. екон. наук, професорка кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, модератор секції 1

Лаврененко В. В. — канд. екон. наук, професорка кафедри бізнес-економіки та підприємництва, директорка Інституту інноваційного підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, модератор секції 3

Гребешкова О. М. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, модератор секції 4

Сас І. С. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, модератор секції 5

Кузьомко В. М. — канд. екон. наук, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, модератор секції 6

Ямненко Г. Є. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва Київського національного університету імені Вадима Гетьмана, секретар організаційного комітету.

*Рекомендовано до друку Науково-експертною радою
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
(витяг з протоколу № 11 від 14 грудня 2023 року)*

Наукові барви – 2023: зб. тез доп. учасників II Всеукр. наук. інтернет-конф., 17 листопада 2023 р. Том II. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. м. Київ: КНЕУ, 2023. – 171 с.

У збірнику подано тези доповідей учасників II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, яка відбулася 17 листопада 2023 року.

Мета конференції полягає в створенні сприятливого середовища для вивчення та обговорення актуальних аспектів економічної науки та практики. У доповідях висвітлено питання, що розкривають ключові виклики, різноманіття стратегій та інноваційних підходів у сучасному бізнесі, зосереджуючись на ефективному управлінні операційною діяльністю, залученні інвестицій, ролі екологічно орієнтованих бізнес-ідей, моделей лідерства, стратегічного партнерства, вирішення проблем у сфері агробізнесу, включаючи розвиток та впровадження інновацій під час воєнного стану, а також дослідженні аспектів стійкості та оцінки економічної безпеки підприємств.

Матеріали публікуються у авторській редакції. Автори несуть відповідальність за зміст і достовірність поданих матеріалів.

Розповсюджувати та тиражувати без офіційного дозволу КНЕУ імені Вадима Гетьмана заборонено

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ДРАЙВЕРИ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ

<i>Білявський О.</i> Відходи війни в Україні: аналіз проблем та перспективи переробки для сталого розвитку.....	6
<i>Горбунова Ю.</i> Напрямки вдосконалення системи бюджетування на підприємстві (на прикладі ТОВ «АТБ-Маркет»).....	8
<i>Губень О.</i> Визначення сутності поняття "якість капіталу підприємства".....	11
<i>Гуляєва М.</i> Організація та ефективність рекламної діяльності на підприємстві.....	13
<i>Кутасєвич А.</i> Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства.....	15
<i>Ленда В.</i> Оцінювання конкурентоспроможності підприємства.....	18
<i>Малій М.</i> Роль маркетингових досліджень в системі управління організаціями	20
<i>Наливайко О., Карасинський В.</i> Ефективне структурування експорту як необхідність епохи глобальних викликів.....	22
<i>Пикало О.</i> Особливості використання трудового потенціалу підприємства.....	25
<i>Рубанка Я.</i> Сучасні підходи до оцінювання прибутковості діяльності підприємства.....	27
<i>Сардаківська Т.</i> Корпоративна соціальна відповідальність як складова конкурентоспроможності підприємства.....	30
<i>Сідлецький А.</i> Визначення сутності поняття «бізнес-процеси на підприємстві».....	32
<i>Стрілець А.</i> Забезпечення та оцінювання результативності цифровізації підприємства.....	34
<i>Стрільчук Ю., Повидиш А.</i> Фінансова звітність банку та особливості її оприлюднення.....	37
<i>Якимчук В.</i> Ключові тенденції інвестиційних процесів в економіці України.....	39

СЕКЦІЯ 2. ПІДПРИЄМНИЦТВО: БІЗНЕС-ІДЕЇ ТА ЇХ КАПІТАЛІЗАЦІЯ

<i>Бованенко А.</i> Аналіз тенденцій розвитку ритейл-ринку.....	43
<i>Гновенко Д.</i> Дизайн-мислення як інструмент трансформації бізнес-моделі.....	45
<i>Казарін М.</i> Використання оглядового методу як інструменту оцінювання та обґрунтування ІТ-проектів.....	48
<i>Колесник А.</i> КРІ в системі мотивації персоналу	51
<i>Красножон О.</i> Підвищення інвестиційної привабливості підприємства.....	52
<i>Пічкур К.</i> «Зелені» бізнес-ідеї як фактор зростання ринкової капіталізації підприємства.....	55
<i>Повєткіна Ю.</i> Шляхи підвищення результативності бізнесу від час воєнного конфлікту в Україні.....	58
<i>Преображенський О.</i> Сучасні підходи до управління операційною діяльністю малого бізнесу.....	60
<i>Савранська А.</i> Особливості складових іміджевої стратегії підприємств готельної індустрії...	62
<i>Цюрукало А.</i> Діджиталізація як інструмент забезпечення конкурентоспроможності бізнесу.....	64

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

<i>Левченко І.</i> Інтеграція штучного інтелекту в бізнес: перспективи та виклики.....	67
<i>Пастушок О.</i> Реінжиніринг бізнес-процесів підприємства.....	70
<i>Пензєв В.</i> Проблеми впровадження реінжинірингу на вітчизняних підприємствах.....	72

<i>Погорельцев Р.</i> Захист прав інтелектуальної власності в контексті цифровізації.....	75
<i>Погрібна В.</i> Драйвери інноваційного розвитку підприємства в цифровій економіці.....	78
<i>Постой О.</i> Глобалізація та рекрутинг: організація діяльності в сучасних умовах.....	81
<i>Репін М.</i> Горизонти використання AI-технологій для надання транспортно-логістичних послуг.....	83
<i>Степанюк К.</i> Дослідження основних засад динамічного розвитку інновацій в процесі післявоєнного відновлення економіки.....	86
<i>Тишнюк Т.</i> Вплив швидкої технологічної трансформації на стратегії бізнесу	88
<i>Ханенко Я.</i> Особливості формування інноваційної бізнес-моделі в сучасних умовах господарювання.....	90
<i>Яловська Ю.</i> Вплив інноваційних технологій на результативність підприємства	92

СЕКЦІЯ 4. ЛІДЕРСТВО ТА ПАРТНЕРСТВО В БІЗНЕСІ: СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ

<i>Бойко А.</i> Роль та моделі лідерства в сучасному бізнесі.....	96
<i>Григор'єва А.</i> Роль лідера в мотивації персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання.....	98
<i>Кондратюк К.</i> Потенціал соціального підприємництва в Україні.....	102
<i>Лановенко Б.</i> Профіль якостей бізнес-лідера: погляд студентів на склад і пріоритети.....	105
<i>Лук'янович А.</i> Вплив на ефективність персоналу через мотивацію та стимулювання.....	108
<i>Олійник Є.</i> Актуальність стратегічного партнерства для українських підприємств в умовах нинішніх економічних тенденцій.....	111
<i>Таран І.</i> Вплив ТНК на світову економіку.....	114
<i>Ткачук А.</i> Переваги та недоліки франшизи для учасників партнерства.....	115
<i>Федорук Д.</i> Партнерство бізнесу та громад.....	118
<i>Чумак А.</i> Особливості продуктової диверсифікації на підприємстві лісового господарства.....	120

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНИЙ АГРОБІЗНЕС: ТЕХНОЛОГІЇ, ЕКОНОМІКА, ТРЕЙДИНГ

<i>Булах Г.</i> Розвиток бджільництва в сільській місцевості.....	123
<i>Гудзь С.</i> Агропродовольчий сектор в умовах кризи: основні тенденції та виклики розвитку.....	126
<i>Іващенко К.</i> Адаптація агробізнесу України на зміни клімату	128
<i>Казнодій Є.</i> Ембарго на імпорт українського зерна до ЄС.....	130
<i>Кичук І.</i> Шляхи покращення ефективності агропідприємств	132
<i>Левчук О.</i> Ринок органічної продукції: тенденції та можливості для агробізнесу.....	134
<i>Манова А.</i> Інновації в агробізнесі.....	137
<i>Постоловка Д.</i> Особливості діяльності суб'єктів господарювання агарного сектору економіки в Черкаській області.....	140
<i>Рева А., Старіков О.</i> Можливості виробництва нішевих олій в Україні.....	142
<i>Чайка С.</i> Економічний механізм формування збалансованого природокористування в концепції забезпечення сталого розвитку сільських територій.....	145

Шмаль А., Старіков О. Поширення досвіду вдосконалення логістичної діяльності в агробізнесі України.....	148
Якимчук В. Проблеми конкурентоспроможності національних тепличних господарств.....	150

СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У БІЗНЕСІ

Грач С. Інформаційне забезпечення економічної безпеки м'ясопереробних підприємств.....	154
Лідіна Ю. Економічна стійкість підприємства: оцінювання та забезпечення.....	157
Приваренко Д. Економічна стійкість підприємства: оцінювання та забезпечення.....	159
Саргсян М. Сутність та роль фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах.....	161
Терещенко Т. Оцінювання рівня економічної безпеки підприємства.....	164
Трипольська С. Ризики маркетингової діяльності та управління ними на підприємстві.....	166

Модератор секції — *Шевчук Н.В.*, канд. екон. наук, професорка

Білявський О.О.

*«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 1 курс аспірантури
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник — к.е.н., професор кафедри
бізнес-економіки та підприємництва Шевчук Н.В.*

ВІДХОДИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕРОБКИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Вступ. Зруйновані міста, залишки військової техніки, нерозірвані боєприпаси – війна залишає свій відбиток, не тільки на житті людей та інфраструктурі міст, але й утворює позаочікувані виклики в сфері управління відходами. Відходи від війни не лише свідчать про масштаб руйнувань та втрат, але й викликають суттєві екологічні, економічні та соціальні наслідки. Приголомшлива сила відновлення та сталого розвитку може виникнути лише через інтегровані заходи та співпрацю всіх зацікавлених сторін. Тому у статті ми поглибимося в проблематику, що стоїть перед країною в контексті військового конфлікту, а також розглянемо сучасний стан справ і визначимо можливі напрямки переробки та управління відходами для досягнення сталого розвитку в Україні.

Розгляду означеної проблематики було присвячено десятки аналітичних статей від різних періодичних та новинних видань, які в загальному окреслюють сутність екологічної проблеми в країні, яка є наслідком війни, та оцінюють масштаби нанесеної шкоди на даний час. Проте варто зауважити про відсутність досліджень саме у сфері роботи з відходами від війни та перспектив їх переробки. Це свідчить про актуальність даного дослідження і можливості подальшого розвитку даної проблематики.

Результати. Лише за скромними оцінками збитки довікллю від війни за 2022 рік становили понад 1,35 трлн гривень. Більше ніж 680,6 тис. тонн нафтопродуктів згоріло, тим самим забруднивши повітря небезпечними речовинами, а приблизно 183 тис. м² ґрунтів забруднено небезпечними речовинами. Територія понад 2,3 млн. м² засмічена відходами війни, а також забруднено водні об'єкти в районах бойових дій. Приблизно 23,3 тис. га лісів випалено, а частину з них вже втрачено назавжди. І понад 7,1 млн м² об'єктів, у тому числі критичної інфраструктури, знищено, а їх залишки спричинили і продовжують спричиняти шкоду довкілля [1]. Тому проблема роботи з усіма цими відходами стоїть дуже гостро і, враховуючи тенденції та перспективи розвитку війни, буде лише загострюватися.

Для того, щоб зрозуміти як правильно поводитися з відходами війни і в подальшому шукати можливості їх переробки, необхідно провести класифікацію таких відходів і зрозуміти, що вони можуть включати в себе. Таким чином, запропоновано виділити наступні способи класифікації:

- За типом військової діяльності:
 - Бойові відходи: включають залишки від вибухів, обладнання боєприпаси та інші матеріали, що виникають безпосередньо внаслідок бойових дій;
 - Інфраструктурні відходи: включають руйнування інфраструктури, такі як будівлі, дороги, мости тощо.

- За видами матеріалів:
 - Металеві відходи: залишки зброї, обладнання, транспортних засобів тощо;
 - Хімічні відходи: включають в себе небезпечні хімікати та забруднюючі речовини;
 - Будівельні відходи: руїни будівель та інфраструктури.
- За екологічним впливом:
 - Небезпечні відходи: матеріали, що можуть становити небезпеку для здоров'я людини та довкілля, такі як хімічні речовини, нерозірвані боєприпаси тощо;
 - Не-небезпечні відходи: наприклад, металеві частини, бетонні руїни, які можна переробити без значного ризику.
- За обсягами та масштабами:
 - Масштабні відходи: великі обсяги відходів, такі як руйнування великих об'єктів або територій;
 - Малий обсяг відходів: може включати місцеві, обмежені обсяги відходів, наприклад, залишки місцевих бойових дій тощо.

Класифікація дозволяє отримати більше деталей щодо розподілу та характеристик відходів від війни, що, в свою чергу, може допомогти в розробці ефективних стратегій їхнього управління та переробки.

Наступне ключове питання полягає в тому, чи є в Україні взагалі можливості для вирішення таких проблем. Безумовно на даному етапі відповідь, на жаль, буде негативною. Проте є багато перспектив та можливостей розвитку в цій сфері як під час війни, так і після її завершення. Орієнтовні види компанії та організацій, які б могли взяти участь у вирішенні проблеми відходів від війни та їх переробки, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Види організацій, які могли б взяти участь у вирішенні проблем з відходами війни в Україні

Вид організації	Спосіб впливу
Еко-проекти та стартапи	Розвинені українські стартапи, спрямовані на екологічно чисті технології та виробництво, можуть взяти участь у впровадженні інноваційних методів переробки військових відходів.
Виробники енергії	Енергетичні компанії можуть вивчити можливість використання відходів для виробництва електроенергії, наприклад, через відновлювальні джерела, біогазові установки чи інші технології.
Виробники будівельних матеріалів	Компанії, можуть досліджувати можливість використання військових відходів у виробництві екологічно чистих будівельних матеріалів.
Військово-промисловий комплекс	Військові підприємства можуть розглядати можливості впровадження більш екологічно чистих методів обробки військових відходів, а також використання наявних відходів як вторинної сировини.
Управління відходами	Компанії, які спеціалізуються на управлінні відходами, можуть створити ефективні системи для збору, транспортування та переробки військових відходів.

Джерело: розробка автора

Усі ці компанії можуть співпрацювати з урядом, місцевими органами, та іншими зацікавленими сторонами для розробки та впровадження комплексних стратегій управління

військовими відходами у більш екологічно чистий та сталий спосіб.

Загалом, вирішення проблем відходів від війни – це довготривалий та складний процес. Навіть після формального завершення конфлікту, відновлення та переробка може займати багато років. Значна роль в цьому процесі належить як внутрішнім зусиллям країни, так і міжнародній співпраці. Тому важливо вже зараз розробляти ті чи інші механізми функціонування сектору переробки відходів України в умовах війни.

Висновки. Таким чином аналізуючи проблеми відходів війни в Україні і перспектив їх переробки для сталого розвитку виокремлюються ключові аспекти, що визначають цю складну проблему. А саме:

1. *Необхідність комплексного підходу*: вирішення проблем відходів війни потребує комплексного підходу, що враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти. Співпраця всіх зацікавлених сторін, включаючи уряд, громадянське суспільство та міжнародних партнерів, є вирішальною;
2. *Інноваційні технології та ефективні стратегії*: використання інноваційних технологій та розробка ефективних стратегій управління відходами може стати ключовим чинником для створення екологічно чистих і сталих рішень;
3. *Сприяння економічному відновленню*: правильне управління відходами від війни може стати не тільки екологічною необхідністю, але й інструментом для стимулювання економічного відновлення. Проекти з переробки відходів можуть створювати робочі місця, стимулювати інновації та підтримувати економічний розвиток;
4. *Світовий досвід та навчання*: важливо вивчати та використовувати світовий досвід у вирішенні аналогічних проблем в інших країнах. Обмін знаннями та навчання може забезпечити цінні уроки та вдосконалити стратегії розв'язання проблем в Україні.

Література

1. Слово і діло. Аналітичний портал. Природа та війна: як російська агресія вплинула на довкілля. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/pryroda-ta-vijna-yak-rosijska-ahresiya-vplynula-dovkillu> (дата звернення: 12.11.2023).
2. Екодія. Природа та війна: як військове вторгнення Росії впливає на довкілля України. URL: <https://ecoaction.org.ua/pryroda-ta-vijna.html> (дата звернення: 12.11.2023).
3. Kyiv school of economics. Яких екологічних наслідків зазнала Україна за час війни окрім збитків від підриву Каховської ГЕС. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/yakih-ekologichnih-naslidkiv-zaznala-ukrayina-za-chas-viyini-okrim-zbitkiv-vid-pidrivu-kahovskoyi-ges/> (дата звернення: 12.11.2023).

Горбунова Ю.В.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

*Науковий керівник – старший викладач кафедри
бізнес-економіки та підприємництва Данильченко С.С.*

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ (на прикладі ТОВ «АТБ-Маркет»)

Для будь-якого підприємства методи вдосконалення будь-якого процесу є завжди актуальними, бо кожне підприємство прагне до мінімізації витрат та максимізації прибутку,

що можна зробити саме за допомогою системи бюджетування. Загалом, процес складання бюджетів на підприємстві ТОВ «АТБ-Маркет» є цілком ефективним та доцільним, тому можна лише розробити можливі напрямками вдосконалення системи бюджетування, нижче розглянуті деякі з них:

Деталізація бюджетів: розширення деталей і структури бюджетів є важливим кроком для кращого розуміння та контролю над витратами. Врахування різних категорій витрат, включаючи функціональні області, розвиток, операції тощо. Бюджет можна розбити на різні функціональні області, такі як виробництво, маркетинг, фінанси, персонал і тощо. Це дозволяє краще відслідковувати і контролювати витрати в кожній конкретній області діяльності. [1] В діяльності ТОВ «АТБ-Маркет» важливим напрямком є служба комерційної нерухомості, яка займається пошуком приміщень під майбутні комерційні проєкти, тому ще одним аспектом покращення системи бюджетування може стати заміна служби комерційної нерухомості на відділ капітальних вкладень. Врахування окремого бюджету на капітальні вкладення, такі як придбання обладнання, будівництво або ремонт приміщень, модернізація інфраструктури тощо, що допоможе спланувати і проконтролювати витрати на довгострокові активи та забезпечить раціональне використання ресурсів спрямованих на вкладення капіталу у різноманітні інфраструктурні проєкти підприємства.

Залучення ключових зацікавлених сторін, тобто включення керівництва підприємства, відділів управління та інших ключових зацікавлених сторін до процесу бюджетування – забезпечить більшу участь, взаємодію, підтримку та розуміння зі сторони різноманітних стейкхолдерів. Така участь може проявлятися у складанні бюджетів, затвердженні бюджетних цілей та перегляді результатів. Залучення керівництва допоможе забезпечити стратегічну спрямованість бюджетних процесів. Крім того, було б доцільно запровадити контроль складання бюджетів ще на етапі, коли вони не затверджені та знаходяться на стадії проєктування та розробки. Наприклад, можливо включення внутрішніх аудиторів до процесу бюджетування для забезпечення незалежного спостереження, контролю та перевірки бюджетних процесів. Аудитори можуть допомогти ідентифікувати потенційні проблеми та ризики, а також забезпечити дотримання внутрішніх процедур та стандартів.

Використання прогностичних моделей та аналітичних інструментів для більш точних прогнозів та моделювання різних сценаріїв, що допоможе управлінцям приймати кращі рішення. [2] Через постійну нестабільність в Україні і світі можна було б запропонувати використання прогностичних моделей для створення різних сценаріїв можливого розвитку подій. Наприклад, моделювання впливу змін витрат, цін на сировину, курсів валют, ринкової конкуренції тощо. Це допоможе управлінцям аналізувати можливі ризики та приймати обґрунтовані рішення, а в умовах нестабільності – підприємство зможе швидко перебудуватися та адаптуватися до нових сценаріїв бюджету без великих втрат часових і фінансових ресурсів. Крім того, ТОВ «АТБ-Маркет» буде мати потенціал до більш ефективного розподілу ресурсів. Також можливо використання прогностичних моделей для оптимізації використання ресурсів, таких як розподіл бюджету між проєктами або департаменти, що допоможе ефективно розподіляти ресурси та досягати найкращих фінансових результатів.

Для коректного та всеохоплюючого аналізу ризиків, товариству слід звернути свою увагу на створення окремого відділу аналізу ризиків, бо управління ризиками є невід'ємною складовою ефективною системи бюджетування, особливо при постійно змінних зовнішніх факторах. [1] Наприклад, кожен відділ має зайнятися підготовкою регулярних звітів про виконання бюджету, включаючи фактичні показники та порівняння з планом. Звіти повинні

бути зрозумілими, детальними та своєчасними. Після складання звітів, вони мають бути надіслані бізнес-аналітику, який зможе визначити загальну ситуацію у компанії. Такі заходи спрощують процес моніторингу та звітності, та забезпечить швидкий доступ до аналізу ситуації на підприємстві в цілому.

З метою забезпечення ефективної комунікації між всіма відділами та рівнями управління щодо бюджетних цілей, прогнозів та інших важливих показників – доцільно запровадити проведення регулярних нарад та зустрічей між керівництвом, відділами управління та іншими зацікавленими сторонами для обговорення бюджетних цілей, прогнозів та результатів, що створить передумови для обміну ідеями, вирішення проблем та розробки спільних стратегій. Або можливе впровадження спільних платформ та інструментів для обміну інформацією, співпраці та комунікації. Це можуть бути внутрішні портали, електронні системи обробки даних, спеціалізовані програми для обміну документами та інше. Ці інструменти полегшать комунікацію, забезпечать доступ до актуальних даних та сприятимуть співпраці між різними відділами та рівнями управління. Загалом, залучення команди в процес прийняття рішень є дуже корисним бізнес-елементом, оскільки, їх досвід та інсайти можуть бути корисними при встановленні реалістичних цілей та плануванні. Запровадження вищенаведених практик допоможе покращити комунікацію, збільшити залучення персоналу та створити сприятливе середовище у колективі.

Навчання та розвитку персоналу з питань бюджетування, фінансового аналізу та управління допоможе зміцнити фінансову свідомість та компетентність співробітників, які безпосередньо впливають на бюджетні процеси. Для цього можна запровадити практику щомісячних лекцій з бізнес-аналітиками, відомими спікерами тощо, які б допомогли кожному співробітнику зрозуміти важливість складання та виконання бюджетів свого відділу.

Постійна самодіагностика, вдосконалення та аналіз системи бюджетування, враховуючи зміни в економічних умовах, внутрішніх та зовнішніх факторах допоможуть виявляти можливості для оптимізації та ефективного використання ресурсів. [3]

Будь-які зміни на підприємстві призводять до змін усіх механізмів у бізнес-процесі. Тому ТОВ «АТБ-Маркет» потрібно поступово вводити нові заходи, щоб працівники встигли пристосуватися до них. Вищенаведені заходи можуть допомогти ТОВ «АТБ-Маркет» поліпшити свою систему бюджетування, забезпечити більшу ефективність, контроль та планування фінансових ресурсів, які наявні на підприємстві. Чітке планування, контроль витрат, використання аналітичних інструментів та моніторинг виконання бюджетів допомагають підприємству оптимізувати свою діяльність, збільшити ефективність та покращити фінансові показники. В результаті, підприємство зможе зайняти більш сильну конкурентну позицію на ринку та залучити більше клієнтів. Проте, важливо враховувати, що успішне впровадження змін у систему бюджетування вимагає відповідної підготовки, залучення кваліфікованого персоналу, налагодження ефективної комунікації та зміни організаційної культури. В цілому, впровадження змін у систему бюджетування може стати важливим кроком у поліпшенні ефективності та результативності підприємства, допомагаючи досягти стратегічних цілей та забезпечити стабільний розвиток.

Література

1. Куліш Д. В., Череп А. В. Теоретичні основи бюджетування на підприємстві. *Вісник Запорізького національного університету*. 2013. 1 січ. С. 202–205.
2. Вербовета С. Г. Принципи бюджетування підприємства. *Економічний простір*. 2008. 1 січ. С. 269–273.

3. Дмитренко А. В. Фінансовий контролінг спільної діяльності у сфері бізнесу: теорія, методологія, практика реалізації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Київ, 2020. 32 с.
4. Швиданенко Г. О., Васильков В. Г., Гончарова Н. П. Економіка підприємства : підручник / ред. Г. О. Швиданенко. Київ : КНЕУ, 2009. 816 с.

Губень О.О.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Шевчук Н. В.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЯКІСТЬ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА»

Вступ. Нині в умовах економічної нестабільності та високої конкуренції перед підприємствами постає завдання оптимізації свого капіталу для досягнення стійкості та ефективності управління. Питання оцінювання та забезпечення якості капіталу стають ключовими для забезпечення конкуренто- та платоспроможності сучасних підприємств і залучення інвестицій. Дослідження цієї теми допоможе розкрити ключові аспекти управління капіталом підприємства та забезпечення його якості, що є актуальним завданням у глобальному економічному середовищі.

Розгляду поняття капіталу підприємства, сукупності його характеристик, вартості та структури присвячені роботи К. Маркса, К. Менгера, І. Фішера, М. Дж. Гордона, О. Д. Домара, Й. Шумпетера. Українські вчені також досліджували дану тематику, серед них А. М. Поддєрьогін, Г. О. Швиданенко, Буханець В. В. Якість капіталу у своїй роботі найширше розкрили Шевчук Н. В. і Магдалюк О. В [7].

Результати. Поняття капіталу є однією з основних складових економічних систем, дуже поширене і широко використовується в економічній теорії та на практиці. Існує безліч підходів до визначення капіталу, і жоден з них не є абсолютно загальним або вичерпним, дослідники не мають єдиної точки зору щодо змісту цього поняття та його економічного тлумачення. Капітал в основному розглядають як вартість, засоби виробництва, кошти, ресурс, багатство, фактор виробництва [2]. В свою чергу, В. В. Буханець зазначає, що «...зміст та сутність капіталу як основи сучасного суспільства в рамках кон'юнктури сучасних ринкових процесів вже не вкладається в класичну теорію факторів виробництва» [1, с. 167].

Капітал – це накопичений ресурс у формі грошових коштів, реальних матеріальних та нематеріальних активів, який використовується для інвестування та участі в економічному процесі з метою отримання доходу. Капітал є ключовим фактором безпеки та стабільності підприємства. Управління капіталом – це безперервний процес збільшення та підтримки капіталу на рівнях, які забезпечують безперебійну діяльність підприємства [8].

Для визначення сутності якості капіталу, перш за все, слід термінологічно інтерпретувати категорію «якість». Академічний тлумачний словник дає декілька визначень, якщо підсумувати, то отримаємо, що якість – це сукупність певних характеристик, що встановлюють ідентичність об'єкта та відрізняють його від інших [5]. Тому, для розуміння якості капіталу підприємства, варто визначити його унікальні властивості, які будуть використовуватися для ідентифікації та формалізації цієї категорії.

Іманентні властивості капіталу вказують на характерні риси та особливості цього поняття, які властиві капіталу незалежно від контексту, обставин, чи специфічного застосування. Вони становлять основну ознаку, що визначає сутність капіталу, аналізуючи як його природу, так і його роль у господарській та фінансовій системі.

Капіталу притаманні властивості усіх категорій, що його визначають. Іманентними характеристиками капіталу, на думку О. В. Магдалюка, можна вважати здатність до накопичення та відтворення, а також до перетворення форм та створення нової вартості, оскільки вони присутні в кожному тематичному напрямку досліджень [4, с. 218].

В контексті фінансового аналізу визначають такі базові характеристики капіталу, як ризик, ліквідність і доходність [3; 6]. Фінансовий ризик підприємства оцінюється рівнем його залежності від зовнішніх інвесторів і кредиторів, а також достатністю власних оборотних коштів для формування запасів. Ліквідність показує рівень здатності підприємства покривати борги, як поточні, так і загальні. Висока ліквідність дає підприємству можливість швидко реагувати на фінансові труднощі. Доходність показує рівень прибутковості та продуктивності за видами капіталу, що дає змогу оцінити рентабельність капіталу.

Н. В. Шевчук та О. В. Магдалюк в своїй праці виділяють такі важливі характеристики капіталу, як достатність та придатність [7, с. 306]. Якщо звернутися до словника щодо тлумачення достатності, то отримаємо відповідь, що «достатній» – це такий, який задовольняє що-небудь або відповідає яким-небудь потребам. Тобто для підприємства достатність капіталу вказує на необхідний його рівень для забезпечення безперебійної діяльності фірми.

Щодо придатності, то у словниках «придатний» визначається як той, який можна використовувати, вживати; який відповідає певним нормам. Синонімами до слова «придатний» є «здатний», «корисний», «потрібний», «годящий», «вигідний». Придатність капіталу підприємства може вказувати на його здатність виконувати конкретні функції або завдання, бути корисним для досягнення певних цілей, відповідати встановленим стандартам або вимогам. Перш за все, щоб оцінити придатність капіталу, необхідно визначити його призначення. В контексті досліджень капіталу підприємства, придатність капіталу може означати його здатність впливати на фінансову стійкість, рентабельність, інвестиційну привабливість тощо.

Висновок. Отже, якість капіталу підприємства – це сукупність специфічних характеристик капіталу, які забезпечують реалізацію його функціонального призначення - прирощення вартості. Такі характеристики можуть визначатися за різними ознаками, проте їх органічний прояв в певному контексті дозволяє оцінити здатність капіталу до прирощення вартості.

Література

1. Буханець В. В. Генезис категорії «капітал» в економічній теорії. Вісник Криворізького національного університету. 2015. Вип. 39, С. 163-168.
2. Жихор О. Б., Шматко І. М. Теоретичні аспекти щодо визначення сутності поняття «капітал підприємства». Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2011. Т. 2, № 11. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v2i11.28934> (дата звернення: 10.11.2023).
3. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 304 с.
4. Магдалюк О. В. Визначення та вимірювання якості капіталу підприємства. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 217-226.
5. Словник української мови. Тлумачні словники української мови. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 15.10.2023).
6. Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І. Бізнес-діагностика підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2013. 448 с.
7. Шевчук Н.В., Магдалюк О.В. Визначення та оцінювання фундаментально-вартісних результатів капіталотворення промислових підприємств України. Підходи до вирішення проблем фінансування, безпеки, економічного та інформаційного розвитку суб'єктів

господарювання в умовах пандемії: монографія ; за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2021. 376с. С. 302-321.

8. Capital Assessment Criteria. BCfSA. URL: <https://www.bcfsa.ca/about-us/what-we-do/mandate-and-values/regulation-and-initiatives/supervisory-framework-and-guidance/capital-assessment-criteria> (date of access: 06.11.2023).

Гуляєва М.В.

Спеціальність 051 «Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доц. кафедри бізнес-економіки та підприємництва Чебакова Т.О.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Рекламна діяльність полягає в постійній адаптації до змін в споживацьких тенденціях, технологіях та суспільних цінностях. Важливо реагувати на нові медійні платформи, етичні та соціокультурні виклики, зміни у споживацьких уподобаннях та прагненнях. Тільки залишаючись у курсі останніх тенденцій, рекламні кампанії можуть бути ефективними та впливовими.

Метою дослідження є вивчення ефективності рекламних стратегій, розуміння споживачів та їхніх уподобань, а також виявлення оптимальних методів комунікації для досягнення маркетингових цілей компанії.

Рекламна діяльність в сучасному бізнесі є невід'ємною складовою стратегії маркетингу. Вона відіграє важливу роль у привертанні уваги цільової аудиторії, створенні позитивного іміджу підприємства та збільшенні обсягів продажів. Розуміння цільової аудиторії, вибір ефективних рекламних каналів, творчий та креативний підхід до створення рекламних матеріалів, аналіз ефективності за допомогою різноманітних метрик - все це є ключовими аспектами успішної рекламної кампанії. За допомогою реклами підприємства можуть підвищити свою конкурентоспроможність, привернути нових клієнтів, утримати і залучити покупців на тривалий термін. Проте, успіх рекламної діяльності вимагає постійного моніторингу, аналізу результатів та готовності до адаптації стратегії відповідно до змін у споживацьких уподобаннях і ринкових умовах.

Наукові дослідження на тему реклами, включаючи теоретичні та практичні аспекти, присвячені різним аспектам оптимізації процесу створення рекламних кампаній та вибору рекламних інструментів займалися багато вітчизняних вчених таких як: Войчак А.В., Гаркавенко С.С., Герасимчук В.Г., Діброва Т.Г., Завадський Й.С., Загорулько В.М., Мова В.В., Мороз Л.А., Почепцов Г.Г., Ромат Є.В., Старостіна А.А., Щелкунов В.І., та зарубіжних вчених-економістів Аакер Д., Батра Р., Барнет Дж., Вікентьєв І.Л., Дейян А., Котлер Ф., Крилов І.В., Персі Л., Рожков І.Я., Россітер Дж.Р., Ротцол К., Сендідж Ч.Г., Уелс У. та інші.

Рекламна діяльність - це складний та багатогранний процес, який передбачає планування, виконання та контроль за рекламними кампаніями з метою просування товарів чи послуг на ринку. Теоретичні аспекти рекламної діяльності можна розглядати з різних точок зору, таких як маркетинг, психологія споживача, економіка та право. Рекламна діяльність підприємства грає важливу роль у залученні клієнтів та підвищенні впізнаваності бренду.

Організація та планування рекламної кампанії - це складний процес, який вимагає ретельної підготовки, стратегічного підходу та вивчення ринку та аудиторії. Для ефективної організації рекламної кампанії на підприємстві слід [2, с.125-130]:

- Дослідження та аналіз аудиторії, конкурентів, потреб споживачів
- Визначення мети та цілей
- Вибір рекламних каналів
- Розробка рекламного повідомлення
- Бюджет та ресурси
- Виконання та моніторинг
- Оцінка та вдосконалення

Оцінка ефективності рекламної діяльності та її оптимізація - ключові етапи для успішного маркетингу. Аналіз показників ефективності рекламної діяльності відіграє важливу роль у стратегічному плануванні та оптимізації маркетингових зусиль підприємства. Оцінка ефективності рекламної діяльності на підприємстві — це як квест у світі бізнесу. Вирушаючи в цю пригоду, кожен етап цього подорожі стає важливою частиною загадкової карти успіху. Перший ключ до успіху – це розгадати шифр цілей компанії. Складення унікального коду з метою збільшення продажів, підвищення відомості про бренд чи залучення нової аудиторії. Наступне - створення рекламного контенту, який викликає емоції, розгортає історії та залишає незабутні враження, далі слід обрати вірний рекламний канал – будь-то соціальні мережі, контент-маркетинг чи телевізійна реклама. Останній етап квесту – це розгадування головоломки аналітики. Поглиблення в дані, знаходження закономірностей та тренди. Для кожного підприємства слід пам'ятати, що успішна рекламна кампанія – це як справжній квест, де кожен крок важливий, а кожна подія може призвести ближче до великого скарбу – великих продажів та визнання бренду.

Підсумовуючи вище вказаний матеріал, можна зробити висновки, що рекламна діяльність є важливим фактором у сучасному бізнес-середовищі, за допомогою якого підприємства взаємодіють з аудиторією. Це більше, ніж просто рекламний матеріал; це створює мостик між підприємством і споживачем, сприяючи взаєморозумінню, сприйняттю цінностей та сприяючи формуванню лояльності. Реклама вже давно перетворилася на елемент мистецтва, де кожен рекламний образ чи слоган стають частиною культурного контексту. Організація та планування рекламної кампанії вимагають детального вивчення аудиторії, визначення мети та цілей, вибору рекламних каналів, розробки креативного контенту, бюджету та ресурсів. Оцінка ефективності рекламної діяльності та її оптимізація є ключовими для досягнення маркетингових цілей компанії і вимагають глибокого аналізу даних та трендів. Успішна рекламна кампанія - це результат точного планування, творчості та вивчення ринку, а також готовності до змін та адаптації стратегії. Сучасні споживачі вимагають не лише якісних товарів чи послуг, але й повноцінного досвіду та ідентифікації з брендом. Вони шукають більше, ніж просто продукт — вони шукають значущість, і реклама є тим інструментом, який може це забезпечити. Аналітичний підхід дозволяє розглядати рекламу як складову стратегії бізнесу, що сприяє не лише збільшенню продажів, але і побудові довгострокових відносин. Коли реклама виражає цінності та ідентичність бренду, вона стає ефективним інструментом для привертання аудиторії, яка вірить у те, що бренд може не лише задовольнити їхні потреби, але і віддзеркалити їхні переконання та стати частиною їхнього життя. Реклама стає способом спілкування, яке веде до взаємної розуміння і віри в спільний шлях. І коли ця рівновага досягнута, рекламна кампанія перетворюється на справжнє мистецтво, яке формує вірну та залучену аудиторію, що слідує за брендом не лише за продуктом, але і за його цінностями та вірністю.

Література

1. Вітренко А. Соціально-економічне значення сучасної реклами та рекламної діяльності. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія Економіка*. 2012. Вип. 137 С.56-59.
2. Гринько-Гузевська А.М. Правове регулювання рекламної діяльності: принципи та їх реалізація. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2006. №2. С.106-110.
3. Діброва Т.Г., Гараніна І.І. Методи оцінювання ефективності реклами як складової аудиту рекламної діяльності. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2014. Том. 19. Вип. 3. С.61-65.
4. Ковшова І.О., Михайлюк А.М. Організація рекламної діяльності на підприємстві. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2015, С.46-53.
5. Криховецький І.З. Оцінка ефективності рекламної діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. №3. С.56-59.

Кутасевич А.С..

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Шевчук Н. В.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Сучасне підприємництво стикається з викликами, пов'язаними із нестабільністю ринкового середовища, зростанням конкуренції та необхідністю адаптації до швидкозмінюючихся умов. Багато підприємств недостатньо ефективні в управлінні ресурсами, використанні технологій та взаємодії з персоналом, що негативно впливає на їхню конкурентоспроможність та стійкість.

Упровадження ринкової системи господарювання та розвиток конкурентних відносин між учасниками цієї системи в Україні вимагають впровадження комплексного організаційно-економічного механізму, який одночасно забезпечує ефективне та стабільне функціонування ключових структурних підрозділів.

Основною метою наукових тез є розробка та дослідження шляхів підвищення ефективності роботи підприємств в умовах сучасного бізнес-середовища. Особлива увага приділяється використанню технологій, розвитку персоналу та фінансовому управлінню, щоб забезпечити оптимальне використання ресурсів і підвищити конкурентоспроможність підприємств.

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасні підприємства повинні постійно адаптуватися до змін в економічному, технологічному та соціальному середовищі. Вивчення шляхів підвищення ефективності роботи дозволяє розробити конкретні рекомендації для бізнесу, щоб вони могли ефективно конкурувати на ринку, забезпечувати стабільний розвиток та сприяти економічному зростанню. Такий аналіз стає важливим для науковців, практиків та рішення приймальників у галузі управління підприємствами.

Розгляду означеної проблематики присвятили свої роботи: Ігнат'єва І. А. Красник В. В., Кушваху Р. А., Яценко О. І., Маркіна І. А., Прядко В. В., Петровича І.М., Совицкая Г. В., Шершневу А. А., Темченко А. Г.

Проте непередбачуваність сучасних економічних умов діяльності підприємства потребує глибокого дослідження шляхів стабілізації та максимального підвищення ефективності його функціонування.

Результати. Досліджуючи ефективність діяльності суб'єктів господарювання, її зміст та базові ознаки і форми прояву необхідно наголосити, що категорія «ефективність» є однією із фундаментальних та застосовується у різноманітних галузях господарювання та людської діяльності, насамперед в економіці. У розрізі сучасної проблематики фінансово-економічних дисциплін ефективність відіграє важливу роль і достатньо часто оцінюється та аналізується провідними вченими та науковцями. Економічна ефективність є базовим поняттям економіки ринкового типу, що зорієнтована на досягнення поставленої мети безперервного вдосконалення як суспільного виробництва загалом, так і окремо кожного суб'єкта діяльності [1].

Термін «ефективність» є похідженням від слова «ефект», що з латинського «effectus» трактується як виконання, дія або від «efficio» – дію, процес реалізації. Під ефектом трактують отриманий підсумок у матеріальній, грошовій або соціальній формі, а під економічним ефектом визначають підсумок виробництва або надання послуг, виробничу ціну, національний дохід, валову продукцію, ріст прибутку або ж зниження витрат [2].

Будь-яке підприємство прагне до підвищення ефективності своєї діяльності. Однак тільки розуміння того, від чого залежить ця ефективність, може привести до позитивних результатів. В економічному змісті під ефективністю розуміється максимально оптимальне використання всіх ресурсів підприємства. Правильно обрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства, нарешті, жорстко визначається загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

Особлива значимість ефективності виробництва зумовлює необхідність правильно враховувати і аналізувати рівень і масштаби ефективності всіх засобів і елементів виробництва. Визначення ефективності вимагає застосування методів кількісного аналізу і вимірювання, що припускає встановлення критерію економічної ефективності.

Вивчаючи фактори підвищення ефективності діяльності підприємства, важливо враховувати, що на сучасному етапі дослідники визначають комплекс 20 чинників, які сприяють зростанню рівня ефективності його функціонування [3]:

1. Мінімізація мобілізації ресурсів: Збереження масштабів виробництва та реалізації продукції за умови мінімізації використання трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, що призводить до підвищення ефективності роботи підприємства.

2. Підвищення ефективності роботи персоналу: Оптимізація структури, підвищення рівня кваліфікації та навчання персоналу, залучення висококваліфікованих працівників та вдосконалення системи мотивації сприяють підвищенню ефективності.

3. Розвиток соціально-психологічних чинників: Використання децентралізації в системі управління може сприяти позитивному впливу на розвиток підприємства.

4. Використання досягнень науково-технічного прогресу: Активне впровадження сучасних технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства та запобігає його можливій ліквідації у майбутньому.

5. Застосування стратегій диверсифікації та кооперації: Реалізація різноманітних стратегій дозволяє використовувати наявну ресурсну базу в різних проектах та програмах розвитку.

6. Мобілізація інвестиційного капіталу та інших фінансових механізмів: Приватизація та інші методи можуть відкривати нові джерела для забезпечення росту функціонування підприємства [4].

Визначені чинники не лише сприяють економічній, але й управлінській ефективності

підприємства. Для постійного контролю за успішністю діяльності необхідно встановити періоди моніторингу та показники, які виступають індикаторами цього процесу.

Визначення та оцінка ефективності діяльності підприємства включає в себе важливий методологічний аспект, що спрямований на встановлення відповідного критерію та створення системи відповідних показників. Реалізація внутрішніх і зовнішніх факторів для підвищення ефективності діяльності підприємств може виявлятися різною за мірою впливу, ступеня використання та контролю.

Оскільки вплив і використання цих чинників різняться, важливо для практичних потреб управління та керівництва підприємствами отримувати детальну інформацію про масштаби їх дії, форми контролю та використання. Менеджерам і керівникам підприємств важливо бути обізнаними із найбільш суттєвими внутрішніми і зовнішніми факторами ефективності на різних рівнях управління трудовими колективами.

Кожен суб'єкт господарювання має не тільки можливість, але і обов'язок систематично контролювати використання внутрішніх чинників, розробляючи та впроваджуючи власну програму підвищення ефективності діяльності. Крім того, врахування впливу зовнішніх чинників стає невід'ємною частиною цього процесу, що вимагає уважності та стратегічного підходу в управлінні підприємством.

Важливо звертати увагу на визначення критеріїв ефективності та розвиток системи показників, щоб забезпечити об'єктивну оцінку результатів. Керівники підприємств повинні бути обізнані з різними напрямками впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на різних рівнях управління, забезпечуючи ефективне управління трудовими колективами та враховуючи внутрішні та зовнішні виклики. Спрямованість на постійний моніторинг та вдосконалення діяльності, а також розробка власних програм підвищення ефективності, стають ключовими елементами успішного управління підприємством у сучасних умовах.

Висновки. Застосування сучасних технологій, стратегічне фінансове управління, розвиток персоналу та постійний моніторинг стають критичними елементами для досягнення високої ефективності.

Розуміння впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на різних рівнях управління дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у бізнес-середовищі та приймати обґрунтовані рішення. Процес визначення критеріїв ефективності та розвитку системи показників допомагає створити об'єктивний механізм оцінки результатів та визначення напрямків покращень.

Література

1. Ігнат'єва І. А., Гарафонов О. І. Корпоративне управління: підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 600 с.
2. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Відп. ред. С. В. Мочерний та ін. К.: Видавничий центр "Академія", 2010. Т. 1. 864 с.
3. Буряк П. Ю. Фінансово-економічний аналіз: підручник. К.: ВД «Професіонал», 2014. 528 с.
4. Красник В. В. Управління електрогосподарством підприємств: виробничо-практичний посібник. К.: Знання, 2018. 97 с.

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших характеристик його діяльності в сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції. Вона визначає здатність підприємства успішно функціонувати та розвиватися в умовах ринкової економіки, задовольняючи потреби споживачів та конкуруючи з іншими суб'єктами господарювання [1].

У сучасному світі конкурентоспроможність підприємства є не просто бажаним, а необхідним фактором його успіху. У конкурентному середовищі підприємства, які не мають конкурентних переваг, не можуть вижити та розвиватися. Тому підприємствам необхідно постійно працювати над підвищенням своєї конкурентоспроможності.

У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі існує широкий спектр підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства. Так, деякі автори розглядають її як здатність підприємства до виживання та розвитку в конкурентному середовищі, інші - як здатність підприємства до ефективного використання своїх ресурсів та досягнення конкурентних переваг, треті - як здатність підприємства задовольняти потреби споживачів та отримувати прибуток [2].

Незважаючи на різні підходи, можна виділити ряд загальних ознак конкурентоспроможності підприємства, до яких належать:

- здатність підприємства до ефективного виробництва та реалізації продукції (послуг);
- здатність підприємства до задоволення потреб споживачів;
- здатність підприємства до конкуренції з іншими суб'єктами господарювання.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовуються різні методи та методики [5]. Серед них можна виділити:

- методи порівняльного аналізу;
- методи експертних оцінок;
- методи економіко-математичних розрахунків.

Важливим джерелом інформації для оцінки конкурентоспроможності підприємства є світовий досвід. Так, у країнах з розвиненою економікою підприємствам приділяється велика увага уряду та громадськості. Уряди цих країн розробляють та реалізують програми підтримки конкурентоспроможності підприємств, а громадськість активно бере участь у процесах оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

В Україні також існує ряд програм та заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємств. Однак, ці програми та заходи потребують подальшого розвитку та вдосконалення.

Реальне застосування світового досвіду в Україні можливе за умови створення ефективної системи підтримки конкурентоспроможності підприємств, яка включатиме:

- розробку та реалізацію державних програм підтримки конкурентоспроможності підприємств. Ці програми повинні бути спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку підприємств, а також на надання їм фінансової та технічної допомоги.

● створення ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємств. Ця система повинна включати в себе механізми для оцінки конкурентоспроможності підприємств, а також для розробки та реалізації заходів щодо її підвищення.

● залучення підприємств до процесів оцінки та підвищення конкурентоспроможності. Це дозволить підприємствам краще зрозуміти свої конкурентні переваги та недоліки, а також розробити ефективні стратегії підвищення конкурентоспроможності.

У ході дослідження було проведено аналіз вітчизняної та зарубіжної фахової літератури за темою дослідження. Були виявлені позитивні зрушення, досягнення економічної науки і практики за проблематикою, що досліджується.

У результаті дослідження було встановлено, що конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, таких як:

- якість продукції (послуг);
- ціна продукції (послуг);
- витрати виробництва;
- маркетингова політика;
- кадрова політика;
- інноваційна діяльність.

У процесі дослідження конкурентоспроможності підприємств було виявлено ряд позитивних зрушень та досягнень економічної науки і практики за даною проблематикою.

У теоретичному аспекті було розроблено нові підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства, які враховують динамічність та складність сучасного конкурентного середовища. Так, наприклад, конкурентоспроможність підприємства все частіше розглядається як здатність підприємства до ефективного використання своїх ресурсів та досягнення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі [3].

У методологічному аспекті було розроблено нові методи та методики оцінки конкурентоспроможності підприємства, які дозволяють більш точно та об'єктивно оцінити конкурентні переваги підприємства. Все більшого поширення набувають методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, засновані на використанні штучного інтелекту та машинного навчання.

У практичному аспекті було розроблено та впроваджено ряд заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств. На даний час у багатьох країнах світу діють державні програми підтримки конкурентоспроможності підприємств, які спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку підприємств, а також на надання їм фінансової та технічної допомоги.

На основі проведеного дослідження було зроблено наступні висновки:

- конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших характеристик його діяльності в сучасних умовах;
- існує широкий спектр підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства;
- для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовуються різні методи та методики;
- конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів.

На основі проведеного дослідження були сформульовані наступні пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

1. Зосередитися на основних конкурентних перевагах. Підприємство повинно визначити свої основні конкурентні переваги та сконцентруватися на їхній реалізації. Це

дозволить підприємству виділитися серед конкурентів і отримати конкурентні переваги.

2. Інвестувати в інновації. Інновації є одним із ключових факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємство повинно інвестувати в розробку нових продуктів, послуг, технологій та процесів. Це дозволить підприємству запропонувати споживачам нові та унікальні продукти та послуги, які будуть користуватися попитом.
3. Створити ефективну систему управління. Ефективна система управління є основою для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємство повинно створити ефективну систему управління, яка буде спрямована на досягнення конкурентних переваг.
4. Підвищувати кваліфікацію персоналу. Підприємство повинно постійно інвестувати в підвищення кваліфікації свого персоналу. Це дозволить персоналу підвищити свої професійні навички та знання, що буде сприяти підвищенню ефективності роботи підприємства та його конкурентоспроможності.
5. Підтримувати позитивний імідж підприємства. Позитивний імідж підприємства є важливим фактором підвищення його конкурентоспроможності. Підприємство повинно постійно працювати над підтримкою свого позитивного іміджу.

Реалізація цих пропозицій дозволить підприємству підвищити свою конкурентоспроможність та зайняти більш міцні позиції на ринку [4].

Література

1. Конкуренція та конкурентоспроможність: теорія, методологія, практика: монографія. К.: КНЕУ, 2021. 456 с.
2. Павлова В. А., Губарев Р. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства. Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. 2014. № 2. С. 168–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ever_2014_2_21 (дата звернення: 25.10.2023)
3. Балабанова, Л. В., Кривенко Г. В., Балабанова І. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2023. 352 с.
4. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. №12. С. 174–177.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: колективна монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. Т. П'ятницької. К.: КНЕУ, 2022. 352 с.

Малій М. О.

*Студентка спеціальності «Соціологія», 2 курсу, факультету міжнародної торгівлі та права
Державний торговельно-економічний університет України
Науковий керівник - доктор соціологічних наук, професор, професор
кафедри філософії, соціології та політології Шуст Н. Б.*

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Соціально-економічне відновлення країн у повоєнний період відрізнялось за формою, а самі пріоритети визначалися потребами та особливостями конкретних територій з урахуванням наявного ресурсного забезпечення та можливостей, та необхідність

удосконалення механізму управління підприємствами, орієнтації системи менеджменту на нові умови господарювання, здатності швидко й гнучко реагувати на зміни в навколишньому середовищі та всередині організації та підприємства були не менш важливими. Це вимагає виникнення успішних тенденцій щодо формування управління на маркетингових засадах у напрямку відновлення та формування бренду країни [8,9,10], що, в свою чергу, спонукає керівників підприємств та організацій до використання відповідного інструментарію в управлінні, враховуючи рекомендації освітньо-наукової сфери [6,7]. З цієї мети стає необхідним розгляд всіх сфер діяльності організацій спрямовувати через призму маркетингу та соціологічних досліджень. Внаслідок цього вся система управління діяльністю організацій повинна мати маркетингову орієнтацію. Виникає необхідність розгляду і вирішення проблемних питань, розроблення стратегій переходу підприємств від застарілих форм і методів управління і господарювання до нових, науково-обґрунтованих ринкових методів, які передбачають маркетинговий підхід [2,3,4].

У цьому зв'язку, маркетингові дослідження знаходять нові інструменти для покращення управлінського стилю мислення, що стимулює довгострокову роботу підприємства або організації, міцні та тривалі стосунки зі споживачами, підвищення конкурентоспроможності тощо. Ключовий момент у забезпеченні ефективної роботи та управлінні організації або підприємства – виявлення безпосереднього взаємозв'язку між маркетинговим дослідженням та результатами господарської діяльності. Ключова роль маркетингових досліджень в системі управління організаціями та підприємствами полягає в тому, що за їх допомогою аналізуються сегменти ринку, пов'язані з діяльністю організації та підприємства, розробляється і втілюється тактика їх поведінки на ринку. Відмінною особливістю маркетингових досліджень є точне виокремлення проблеми, на вирішення якої спрямовано весь процес. Маркетингові дослідження грають дійсно важливу роль в системі управління бізнесом і мають безліч важливих функцій і завдань [1,2,3,4,5]. Ось кілька ключових аспектів їх ролі в управлінні:

1. Збір і аналіз інформації: маркетингові дослідження допомагають компаніям збирати і аналізувати різноманітну інформацію про ринок, споживачів, конкурентів і тенденції в галузі. Це дозволяє компаніям розуміти потреби і попит на ринку, визначати можливості та загрози, а також приймати обґрунтовані рішення [2,3,5].
2. Сегментація ринку: маркетингові дослідження допомагають ідентифікувати різні сегменти ринку зі спільними потребами і характеристиками. Це дозволяє компаніям створювати стратегії маркетингу націлені на більш раціональне та повне пристосування до потреб ринку та вимог споживачів [1,4,3].
3. Оцінка конкурентного середовища: дослідження дозволяють аналізувати діяльність конкурентів, їхні стратегії, сильні та слабкі сторони. Це допомагає компаніям розробляти конкурентоспроможні стратегії, визначати свої конкурентні переваги, вдосконалювати свої сильні сторони та мінімізувати вплив слабких [2,5].
4. Розробка продуктів і послуг: маркетингові дослідження можуть вказати, які продукти або послуги будуть популярними серед споживачів і як їх вдосконалити. Це дозволяє підприємствам створювати товари і послуги, які відповідають потребам ринку та будуть користуватися великим попитом [3,5].
5. Реклама та комунікація зі споживачами: маркетингові дослідження допомагають розробляти ефективні засоби масової інформації, які активно використовуються споживачами обраних ринкових сегментів. Якщо неправильно вибрати методи та способи комунікації, то зусилля зроблені над змістом рекламного повідомлення будуть

- марними. Тож за результатами даних досліджень складають ефективні рекламні кампанії та комунікаційні стратегії, спрямовані саме на цільову аудиторію [1,3,5,10].
6. Прогнозування і планування: маркетингові дослідження грають понадважливу роль в розвитку компанії і прийнятті обґрунтованих рішень. Ці дослідження допомагають більше зрозуміти ринок, споживачів та конкурентне положення, щоб визначити оптимальний план дій. На основі даних із досліджень компанії можуть прогнозувати продажі, розвиток ринку та інші стратегічні тенденції розвитку подій [2,4,5,6,8].
 7. Оцінка результатів діяльності підприємства: діагностика системи управління підприємством повинна охоплювати основні сфери: організацію управління, маркетинг, дослідження і розробки, технологію, персонал, організаційну культуру і імідж. Даний процес дає можливість перекоонатися, що зусилля та робота організації або підприємства приносять очікуванні результати та досягають поставлених цілей. Маркетингові дослідження за допомогою своїх методик та методів дозволяють оцінити ринкову реакцію, корегувати стратегії, планувати майбутні дії, вимірювати ефективність маркетингових заходів на основі отриманих даних [1,2,3,6].

Отже, маркетингові та соціологічні дослідження стають невід'ємною частиною системи управління організаціями, підприємствами, компаніями, формуючи інформаційну базу управління, що в свою чергу, дозволяє здійснювати діагностику системи управління та створює передумови для прийняття оптимальних стратегічних управлінських рішень з метою визначення ефективності її реалізації.

Література

1. Попова Ю. М. Особливості маркетингових досліджень рекламної діяльності. *Економіка і регіон*. 2015. № 1. С. 74-79. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/1431/3/Збірник%201%2850%29%20Попова.pdf>
2. Гданський В. С., Бужимська К. О. Роль маркетингу в управлінні промисловим підприємством. матеріали конференції Державного університету «Житомирська Політехніка». 2021. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/146.pdf>
3. Храпкіна В., В. Кузнєцова К. В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств. *Менеджер*. Вісник Донецького державного університету управління. 2019. № 2. С. 42-53. URL: <http://ojs.dsum.edu.ua/index.php/manager/article/view/56>
4. Белова Т.Г. Маркетингові дослідження : Конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» усіх форм навчання. К.: НУХТ, 2010 URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14132/1/20.pdf>
5. Дрок П. В. Роль маркетингових досліджень у функціонуванні підприємства. *Економічний вісник університету*. Збірник наукових праць вчених та аспірантів, 2012, 19-1. С. 44-47.
6. Шуст Н. Б. До проблеми соціальної модернізації українського суспільства Наук. пр. Соціологія (Соц. інститути та процеси). 2008. Т. № 84. Вип. 71. С. 5-8.
7. Шуст Н. Освіта у стратегії випередження гібридних загроз українській суб'єктності у глобалізованому світі. *Соціокультурні трансформації та геополітичні виклики в умовах багатополярного світу*: тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 24 листоп. 2022 р.). Київ : Держ. торг.- екон. ун-т, 2022. С. 357-360.

8. Морозов А. Ю., Шуст Н. Б. Становлення інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. № 41(7-9), 2022, С. 26-38.
9. Шуст Н.Б. Проблема впливу геополітичного концепту на імплементацію демократії. *Наукові перспективи: журнал*. 2022. № 5(23) 2022. С.159-167.
10. Шуст Н.Б. Демократичні концепції та їх зв'язок з брендом країни на міжнародній арені через індекси демократії. *Наукові інновації та передові технології: журнал*. 2022. № 6(8) 2022. С. 544- 551.

*Наливайко О.Г., Карасинський В.І.,
«Бізнес-економіка», 5 курс
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент Теплюк М.А.*

ЕФЕКТИВНЕ СТРУКТУРУВАННЯ ЕКСПОРТУ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ ЕПОХИ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

З огляду на сучасну ситуацію в світовому економічному та політичному просторах, яка очевидно є виявом глобальних кризових явищ для усіх країн постає питання швидкого та ефективного переходу на нові моделі та стандарти позиціонування у світовому господарстві. Цілком зрозуміло, що стовпом країни вже зараз має бути міцний економічний фундамент і для його формування необхідно здійснювати проривні загальнодержавні та регіональні проекти, результати яких будуть відображені як в рамках внутрішнього ринку держави, так і на зовнішньоекономічному рівні, зокрема аналізуючи складові та показники експорту країни.

В структурі економіки України існує велика частка експорту сировини, внаслідок чого держава недоотримує значну частину валютної виручки, яку могла б отримувати, пропонуючи товари з високою доданою вартістю, тобто готової продукції, вже обробленої або перетвореної на території України з відповідним позначенням «Зроблено в Україні».

За даними Експортного напрямку Дія. Бізнес, найбільш експортованими товарами серед секторів залишається агро- та харчова продукція, що становить 53% від загального експорту товарів у 2022 році. Значні обсяги експорту також демонструють показники експорту металів — 13,6%, сектор машинобудування — 8,7% і т.д. [1]. Для покращення існуючої структури експорту пропонується комплексний підхід поступового збільшення частки готової продукції в кожному секторі економіки України на прикладі вищезгаданих статей вітчизняного експорту.

Розпочати аналіз пропонується з агропромислового комплексу та його провідних складових - рослинництва та тваринництва, які мають великий економічний потенціал та які, за вдалого використання, формуватимуть значні фінансові надходження до Державного бюджету. Наприклад, одна з найдохідніших технічних культур України - соняшник, частка об'єму якого, за результатами розподілу світового виробництва, становить 31%, що є рекордом для України у 2021/2022 рр. [2], є одним з найзатребуваніших товарів у світовій економіці, а також для харчової безпеки багатьох континентів світу. Нещодавні успіхи в торгівлі продуктами тваринництва також посилюють позиції України як вигідного торгового партнера з країнами Центральної Європи, Північної Америки, Близького Сходу та Азії [3-4].

Не дивлячись на очевидні успіхи, домінування сировинної складової в структурі експорту, зокрема в сільськогосподарському секторі, створює великі перепони вітчизняним товаровиробникам виготовляти та продавати більш складну, технологічну продукцію, а

державі - в утвердженні України як галузевого лідера. Відповідно, постає нагальне питання повністю використовувати потенціал власного АПК, що полягатиме у комбінуванні усіх ресурсів (виробничих, природних, логістичних тощо) для створення замкнутого циклу виробництва готової продукції з більшості агрокультур, кінцевою метою якого буде випуск та пропонування на міжнародному рівні не сировинної продукції, а переважно готової продукції рослинництва та тваринництва, що, звісно, створює набагато більший доданої вартості, нові робочі місця в національній економіці, збільшує ВВП та покращує імідж країни у вибраному сегменті ринку.

Враховуючи вищезазначене, наразі найкращою комбінацією експорту нашої агропродукції є підвищення частки напівфабрикатів та готової продукції (наприклад, розфасованої рафінованої соняшникової олії, продуктів м'ясопереробний тощо) в короткостроковій перспективі (3-5 років) хоча б до 30% від загального обсягу експорту цього сегменту, з поступовим вирівнюванням до 50%. Даний прогноз є оптимістичним і буде реалізований за умови відкритих ринків збуту з лояльними умовами роботи – деяких країн ЄС, Близького Сходу, Центральної та Південно-Східної Азії, Латинської Америки та деяких інших.

Розглядаючи експорт металів, варто акцентувати увагу на виробництві та експорті не звичайного прокату металу, а на створенні комплексних пропозицій зі складних конструкційних виробів, які пропонуються іноземному споживачу з обов'язковим збереженням унікального складу матеріалів, аби за сервісними та подальшими запитами іноземний споживач звертався саме до вітчизняних виробників. В даному випадку структурований підхід буде реалізовуватись через появу згаданого підсегменту в розділі металів, які, порівняно зі звичайним прокатом, будуть спочатку мати невелику питому вагу – приблизно 5-10%, але за умови дотримання високої якості та доступної ціни для іноземних клієнтів буде зростати до першого цільового показника – 20%, в подальшому – намагання вийти на 30-40% проти 70-60% простого прокату металу. Для України варто спробувати цей підхід на досить привабливому та динамічному ринку Близького Сходу, Африки та Центральної Азії, де вітчизняні метали користуються заслуженою повагою та гарною репутацією.

Додатково, важливими складовими вітчизняного експорту, які займають одні з ключових за дохідністю позицій експорту, є продукція машино- та приладобудування. Оскільки мова йде про готові вироби, які не потребують операцій з обробки або додаткових перетворень, необхідно збільшувати пропозицію приладів т.зв. «викруткової збірки» з подальшим заміщенням виробів, що пройшли замкнутий цикл виробництва всередині національної економіки, за умови створення/відродження виробничо-наукових зв'язків з іншими галузями економіки [5]. Поступове збільшення високотехнологічної та доступної продукції, що повністю зібрана та підготовлена в рамках економіки України і яка має можливості до подальшої самостійної модернізації, матиме великі конкурентні переваги якщо не на європейському ринку, то а ринках “Глобального Півдня”, які зараз відкриті для ділових зв'язків із країнами, що пропонують високоякісну сертифіковану продукцію за цінами, нижче від країн “Глобального Заходу”.

Як висновок, зазначимо, що перехід до виготовлення готових товарів замкнутого циклу з подальшим пропонуванням товарів на вільні ринки світу за доступною ціною поступово має витіснити чисто сировинні статті експорту України сучасними технологічними, доводячи до наступних цільових співвідношень:

Ø у короткостроковому періоді (3-5 років) – (10-15% готової продукції з високою доданою вартістю) / (90-85% чистої сировини);

Ø у середньостроковому періоді (5-10 років) – (20-30% готової продукції з високою доданою вартістю) / (80-70% чистої сировини);

Ø у довгостроковому періоді (10-20 років) – (40-50% готової продукції з високою доданою вартістю) / (60-50% чистої сировини).

Не дивлячись на те, що наведені часові орієнтири регулярно зустрічаються у державних цільових програмах стратегічного розвитку галузей економіки, вони неодмінно будуть скориговані у зв'язку руйнуванням значної частини основних фондів під час дії воєнного стану, а враховуючи необхідність прискореного повоєнного розвитку та планів “нової індустріалізації” України в найкоротші терміни органи державної влади мають запропонувати професійну та цілісну концепцію економічного відродження, зокрема створюючи конкурентоспроможний експорт.

Література

1. Експорт України у 2022 році: головні тенденції, сектори та регіони. *Експортний напрям Дія.Бізнес*. URL: <https://cutt.ly/CwWDkUCO> (дата звернення: 23.10.2023).
2. Ukrinform. Український експорт у серпні зріс на 25%, серед лідерів - олія і кукурудза. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://cutt.ly/2wEZY7cL> (дата звернення: 26.10.2023).
3. Гамалій І. Минулого року Україна відкрила 12 нових ринків для експорту продукції тваринництва. *LB.ua*. URL: <https://cutt.ly/ywEZUPxS> (дата звернення: 26.10.2023).
4. Ukrinform. Понад 90 країн: Україна розширила географію експорту для продукції тваринного походження. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://cutt.ly/XwEZIcU3> (дата звернення: 29.10.2023).
5. Морозов Д. Машинобудування може стати драйвером зростання економіки – Погляди – GMK Center. *GMK*. URL: <http://surl.li/fmjxa> (дата звернення: 25.10.2023).

Пикало О. М.

магістрант ОПП «Бізнес-економіка», 1 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємства Бойченко К. С.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна економіка вимагає від підприємств не лише технологічних новацій, але й ретельного управління трудовим потенціалом. Оптимальне використання людських ресурсів стає ключовим чинником конкурентоспроможності.

Проблеми, пов'язані з використанням трудового потенціалу підприємства, можуть бути різноманітні і варіювати в залежності від конкретних умов та особливостей кожного підприємства, а саме:

- неефективне управління персоналом у вигляді недостатньої кваліфікації та розвитку персоналу та неправильний розподіл завдань та обов'язків, коли неефективне розподіл обов'язків може впливати на продуктивність та задоволеність працівників;
- відсутність системи мотивації, коли недостатня система стимулювання та визнання може впливати на робочий ентузіазм та відданість працівників, а також несприятливе робоче

середовище, коли неприяне або стресове робоче середовище може призводити до втрати продуктивності;

- нестабільність кадрового складу у вигляді високої текучості кадрів та неспроможності залучити та утримати талановитих співробітників;
- недостатня робоча етика та комунікація у вигляді недостатньої комунікації між різними рівнями управління, а також відсутність робочої дисципліни, коли неадекватна робоча етика може призводити до порушення трудової дисципліни та втрати продуктивності.

Мета дослідження даної теми спрямована на розуміння та вдосконалення ефективності використання людських ресурсів у компаніях чи організаціях.

Огляд фахової літератури з питань особливості використання трудового потенціалу підприємства свідчить про важливість цієї теми в контексті ефективного управління людськими ресурсами та досягнення стратегічних цілей підприємств. Зарубіжні джерела надають інсайти щодо стратегічного управління персоналом та використання трудового потенціалу для досягнення конкурентної переваги. Ці джерела висвітлюють ключові аспекти, такі як розподіл обов'язків, мотивація працівників і розвиток персоналу, що визначають ефективність використання трудових ресурсів [1].

Щодо вітчизняних досліджень, можна виокремити роботи: Богині Д. П. [2] та Головкової Л. С. [3], додають важливий погляд на внутрішні аспекти управління персоналом в українських умовах. Ці дослідження містять практичні приклади та методології, які застосовуються на рівні конкретних підприємств, розкриваючи особливості використання трудового потенціалу в українському бізнес-середовищі. Об'єднуючи підходи зарубіжних та вітчизняних авторів, можна сформулювати більш повний розуміння та підготувати основу для подальшого дослідження та вдосконалення стратегій управління трудовим потенціалом підприємств.

Результати дослідження теми "Особливості використання трудового потенціалу підприємства" розкривають важливі аспекти ефективного управління людськими ресурсами на підприємствах. Здійснення огляду фахової літератури, яке включало дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних джерел, дозволило виявити ключові фактори, впливаючі на використання трудового потенціалу.

Першим визначеним ключовим аспектом є стратегічне управління персоналом, яке враховує розподіл обов'язків та визначення ролей працівників для досягнення стратегічних цілей підприємства. Зарубіжні дослідження підкреслюють важливість цього аспекту для досягнення конкурентних переваг у глобальному бізнес-середовищі. Наприклад, підприємство може ставити за мету розширення ринкової частки, впровадження нових технологій чи розвиток інноваційних продуктів. Визначення конкретних стратегічних завдань є фундаментальним етапом у плануванні, і воно слугує основою для подальших дій з розподілу обов'язків та визначення ролей працівників [1].

Другим важливим аспектом є ефективна система мотивації та розвитку персоналу. Дослідження таких вітчизняних авторів, як Головкової Л. С. [3], розкривають питання наскільки важливо підтримувати та розвивати працівників, стимулюючи їхню ефективність та відданість підприємству. Наприклад, підприємство може впроваджувати систему індивідуальних та колективних бонусів за досягнення конкретних цілей, що стимулює працівників до активної участі у досягненні стратегічних завдань компанії. Зокрема, визнання та винагородження за високі результати, можливість професійного розвитку через тренінги та семінари, а також прозорі шляхи кар'єрного зростання можуть служити міцним мотиваційним інструментом. Така система підтримує розвиток компетенцій працівників та створює

сприятливий контекст для їхнього професійного та особистісного зростання. Взаємодія цих елементів створює ефективний механізм, який сприяє залученню, утриманню та максимальному використанню трудового потенціалу підприємства.

Загальні результати вказують на необхідність інтеграції стратегічного управління персоналом та системи мотивації для оптимізації трудового потенціалу підприємства. Це визначає нові горизонти для подальших досліджень та практичних застосувань в управлінні людськими ресурсами з метою підвищення продуктивності та конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Noe R. A. Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage. 4th ed. Irwin/McGraw-Hill, 2002. 740 p.
2. Богиня Д.П. Основи економіки праці: навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2002. 313 с.
3. Головкова Л.С. Сутність і завдання управління кадровим потенціалом підприємств / Л.С. Головкова, О.О. Лукашов, А.Є. Головкова. Держава та регіони : науково-виробничий журнал. Серія: Економіка та підприємництво. 2008. № 5. С. 33–38.

Рубанка Я.О.

ОПП «Бізнес-економіка», 5 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Шевчук Н.В.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. В умовах ринкової економіки головною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання максимально можливого прибутку. Прибутковість є одним із найважливіших показників, який характеризує кінцевий результат роботи підприємства і є досить складною економічною категорією як з точки зору її трактування, так і через існування різноманітних показників, що використовуються для її оцінки. Кожне підприємство робить свій внесок в розвиток економіки країни, сприяє створенню і збільшенню суспільного багатства і зростанню добробуту населення, тому дана тема є надзвичайно актуальною.

Дослідження питання прибутковості підприємства висвітлені у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, серед яких слід відзначити В. В. Ковальова, В. П. Савчука, А. М. Поддєрьогіна, Г. В. Савицьку, І. О. Бланка, М. Д. Білика, С. Ф. Покропивного та інших. Вони своїми трудами та дослідженнями зробили вагомий внесок у вирішення проблеми підвищення ефективності діяльності підприємств. Але і на даний час тема прибутковості ще не повністю розкрита та досліджена. У цьому напрямі дослідження залишається ще багато дискусійних питань, що мають простір для подальшого вивчення та обговорення.

Результати. За умов воєнного стану в Україні особливої актуальності набуває питання оцінювання прибутковості тому, що це сприяє вирішенню широкого кола економічних проблем, спрямованих на підвищення результативності виробництва та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Метою даної роботи є розкриття сутності поняття прибутковості та пошук резервів її підвищення, що дозволить покращити показники конкурентоспроможності підприємства.

Головною метою виробничої діяльності підприємства є отримання прибутку від продажу продукції та послуг. Щоб постійно забезпечувати зростання прибутку, підприємство змушене постійно шукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання.

Прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів [1]. Прибутковість будь якого підприємства характеризують за допомогою показників прибутку та рентабельності. Рентабельність - відображає рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва [2]. Високий рівень рентабельності є головним показником ефективної роботи підприємства. Показники рентабельності є основний інструмент фінансового аналізу та планування розвитку компанії, який демонструє, що підприємство правильно використовує власні кошти, покриваючи витрати та водночас отримуючи прибуток.

Суть прибутку визначається економічними показниками діяльності підприємства та його місцем на ринку. Основою забезпечення прибутковості є якісний розвиток компанії, який оцінюється за прибутком або, точніше, за параметром якості прибутку як ключовим параметром. Якість прибутку компанії визначається як загальна характеристика діяльності джерела доходу. Висока якість прибутку компанії характеризується зростанням продажу [3].

На прибуток підприємства впливають такі важливі показники, як підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції та використання виробничих засобів і зниження собівартості та операційних витрат. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення усіх форм інвестування.

Прибуток є тією категорією, яка найповніше зображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення виробничої діяльності підприємства. Зрозуміло, що чим більший прибуток, тим більше можливостей з'являється в підприємства для економічного розвитку та покращення й розширення своєї діяльності. Прибуток є джерелом підвищення рівня добробуту населення, він визначає рівень фінансової стабільності у державі [4].

Одним із резервів зростання прибутку підприємства є збільшення обсягу реалізації товарної продукції. Між доходом і рівнем продажу є пряма залежність, тобто чим більше продукції продається, тим більша сума прибутку, і навпаки, збитки призводять до зменшення прибутку. Таким чином, чим вищий рівень виробництва, тим більший розмір прибутку отримується [5].

Збільшення прибутку в результаті виробничої діяльності дає змогу підприємству заробляти кошти на виробничий і соціальний розвиток, матеріальне заохочення. В той самий час, зростання виручки на підприємстві означає збільшення відрахувань до державного бюджету [6].

Зниження *собівартості продукції* приводить до збільшення прибутку підприємства. Вирішальною умовою зниження собівартості служить безперервний технічний прогрес.

Зниження собівартості продукції є найважливішою умовою стабілізації ціни, економічного процвітання компанії, джерелом заощаджень для прискорення соціально-економічного розвитку суспільства та підвищення рівня життя [7].

Резерв зростання прибутку промислових підприємств полягає в збільшенні якості продукції та усуненні витрат, спричинених браком товару. Проблема якості продукції в ряді галузей промисловості тісно пов'язана з підвищення довговічності та надійності виробів. Багато компаній виробляють продукцію з гарантією [8].

Збільшенню прибутку та показників рентабельності сприятиме підвищення конкурентоспроможності власної продукції та зменшення адміністративно-управлінських витрат. Чим більша частка *рентабельної* продукції, тим більше *прибутку* отримає підприємство.

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком шляхів підвищення прибутковості підприємства. Дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів [9].

Зростання прибутковості підприємства може бути досягнута за певних умов:

- збільшення обсягів випуску та реалізації продукції; (збільшення обсягів виробництва та реалізації за рахунок кращого використання трудових ресурсів, основних фондів, сировини та матеріалів).
- зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції; (зниження собівартості за рахунок більш ефективного використання ресурсів, підвищення технічного рівня виробництва та вдосконалення організації виробництва та праці).
- впровадження економічно обґрунтованих норм; (розробка норм та нормативів запасів сировини, матеріалів готової продукції та інших оборотних коштів).
- цінова політика підприємства; (розробка стратегії ціноутворення, встановлення цін відповідно до ринкових цін, застосування акцій та оптових знижок, тощо).
- впровадження досягнень науково-технічного прогресу; (створення автоматизованих систем управління, використання методів вдосконалення та модернізації техніки та технології).
- підвищення якості продукції; (контроль за якістю продукції, мотивація персоналу для скорочення кількості бракованої продукції).
- підвищення продуктивності праці; (заохочення персоналу та надання різноманітних стимулів для більш ефективної праці).
- маркетингова кампанія; (розробка ефективної маркетингової стратегії, що направлена на пошук «свого» споживача продукту та «свого» сегменту ринку).

Висновки. Отже, отримання прибутку є головним завданням кожного підприємства. В сучасних умовах, питання збільшення прибутку є досить актуальним, так як в умовах сьогодення багато підприємств переживають фінансову нестабільність. Збільшенню прибутковості підприємства сприятиме проведення детального аналізу внутрішніх можливостей підприємства. А саме аналіз усіх резервів зниження собівартості продукції, оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється, ситуації на ринку, та проведення правильної цінової політики. Застосування одного конкретного напрямку або методів комплексно дозволить поліпшити фінансове становище підприємства і збільшити ефективність його діяльності.

Література

1.Зятюк Н. В. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 154. С. 27-31.

2. Антонюк Р. Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. 2012. № 126. С. 50–55.
3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
4. Проблеми розвитку податкової політики та оподаткування: монографія / за заг. ред. Іванова Ю. Б. Харків : ВД „ІНЖЕК”, 2007. 448 с.
5. Білошапка В. А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. №1. С. 115.
6. Бедринець М. Д., Довгань Л. П. Фінанси підприємств: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
7. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства: собівартість, прибуток: навч. посіб. / П.В. Круш, О.В. Клименко, В.І. Подвігіна. К.: НТУУ «КПІ», 2012. 488 с.
8. Семенов А. Г. Аналіз та вдосконалення оплати праці. *Держава та регіони*. 2010. №6. С. 232.
9. Мелень О. В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва*. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. №25. С. 123–126.

Сардаківська Т.В.

Спеціальність 051 «Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. кафедри бізнес-економіки та підприємництва Шевчук Н.В.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Загострення глобальної конкуренції вимагає постійного вдосконалення існуючих підходів до ведення бізнесу та впровадження нових, ефективних інструментів управління. Традиційні методи формування конкурентних переваг вже не так ефективні, як раніше, і потребують нового підходу. Сучасний бізнес відзначається не лише економічною вигідністю, а й соціальною відповідальністю перед суспільством. Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах вимагає комплексного підходу та постійного вдосконалення, щоб успішно функціонувати в глобальному економічному середовищі та відповідати високим стандартам якості і вимогам ринку.

Корпоративна соціальна відповідальність підприємства стає дедалі більш актуальною в умовах сучасного бізнес-середовища. Зростаюча увага до соціальних проблем, екологічних питань та стосунків із співтовариством надає підприємствам можливість відзначитися не лише як прибуткові організації, але й як учасники соціально-відповідальних ініціатив. Споживачі стають все більше освіченими та вимогливими, вони обирають підтримку підприємств, які демонструють свою відповідальність перед суспільством. Сучасні працівники шукають не лише фінансово стабільні місця роботи, але й компанії, які демонструють соціальну відповідальність та допомагають вирішувати соціальні й екологічні проблеми. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність стає ключовим фактором у змаганні за сприйняття підприємства в суспільстві та може впливати на його конкурентоспроможність та стійкість на ринку у довгостроковій перспективі.

Метою даного дослідження є вивчення ролі корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Дослідженню визначення сутності, змістової характеристики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та виокремленні її як однієї з конкурентних переваг зробили такі вітчизняні вчені, як: Супрун Н. А., Лиска П. О., Ситник Й. С., Юрченко Г. М.

Конкурентоспроможність підприємства є багатогранним та універсальним поняттям, що характеризує об'єкт дослідження з різних сторін, показує спроможність здійснювати ефективну діяльність та відображає якість роботи господарського суб'єкта. Поняття «конкурентоспроможність підприємства» є однією з найбільш загальноживаних економічних категорій. Даний показник виражає зростання і розвиток будь-якого підприємства в сучасних умовах та розвиток виробництва. Отже, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців та споживачів. [1]

Раніше для забезпечення конкурентоспроможності підприємства використовували методи з виведення на ринок нової продукції, зниження ціни на продукцію або послугу, широко використовували рекламні заходи чи реалізовували товар через більшу кількість торгових представників. Однак, у сучасних умовах, для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку також важливо здійснювати корпоративну соціальну відповідальність.

На думку Супруна Н. А., корпоративна соціальна відповідальність являє собою комплекс цінностей, заходів і процесів, що відображають добровільне зобов'язання компанії щодо реалізації соціальних ініціатив (як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі), результати яких сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності організації у довгостроковій перспективі, зміцненню її ділової репутації, вирішенню завдань сталого розвитку організації та суспільства в цілому. [2]

Слід розуміти, що корпоративна відповідальність включає і являє собою комплекс показників:

- екологічна відповідальність: організації можуть спрямовувати зусилля на мінімізацію забруднення навколишнього середовища та ефективне використання ресурсів;
- етична відповідальність: підприємства, що дотримуються принципів етичної відповідальності, виявляють справедливе ставлення до всіх зацікавлених сторін, включаючи керівників, інвесторів, співробітників, постачальників та клієнтів;
- філантропічна відповідальність: організації можуть надавати безкорисливу допомогу тим, хто цього потребує, шляхом включення до благодійних ініціатив, фінансових внесків або створення волонтерських проєктів серед своїх співробітників;
- економічна відповідальність: компанії пов'язують свої фінансові рішення із зобов'язанням сприяти розвитку суспільства у всіх вищезазначених сферах. Основна мета полягає не лише в збільшенні прибутку акціонерів, але й у переконанні, що всі бізнес-операції позитивно впливають на навколишнє середовище, суспільство та людей. [3]

Такий підхід надає конкретні бізнес-переваги. Зважаючи на вищезазначені показники, можна виділити наступні функції корпоративної соціальної відповідальності в забезпеченні конкурентоспроможності організації:

- підвищення репутації та довіри громадськості;
- привабливе бізнес-середовище для інвесторів;

- вихід на нові ринки;
- приведення та утримання персоналу;
- розв'язання екологічних питань;
- забезпечення стійкого розвитку компанії. [4]

На сучасному етапі розвитку бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність стала не просто елементом соціальної відповідальності підприємств, але і важливою стратегічною складовою їх конкурентоспроможності. Підприємства, що активно впроваджують принципи корпоративної соціальної відповідальності, мають можливість сформувати позитивне враження про бренд, що важливо в умовах зростаючого впливу споживачів та їхніх етичних переконань. Залучення та утримання кваліфікованого персоналу стає ефективним інструментом в конкурентній боротьбі за талановиті кадри, а співпраця з клієнтами та партнерами, що дотримуються тих самих цінностей, сприяє побудові стійких та вигідних відносин. Отже, корпоративна соціальна відповідальність визначається не лише як інструмент соціальної відповідальності, але й як стратегічний керівний принцип, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. Клименко та ін. Київ : КНЕУ, 2008. 557 с.
2. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії "europе-2020"). *Український соціум*. 2013. Т. 2, № 45. С. 163–176.
3. Київстар Бізнес. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та навіщо вона бізнесу. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu> (дата звернення: 07.11.2023).
4. Лиска П. О. Управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства як фактор сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54.

Сідлецький А.Ф.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Кукоба В.П.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

Вступ. Сучасний бізнес нерозривно пов'язаний із постійними змінами та викликами, що ставлять перед підприємствами завдання ефективного управління, збільшення продуктивності та досягнення конкурентних переваг. Одним із ключових інструментів досягнення цих цілей є управління бізнес-процесами. Бізнес-процеси визначають спосіб функціонування організації, від виробництва товарів до надання послуг та взаємодії з клієнтами. Розуміння та ефективне управління бізнес-процесами дозволяють підприємствам реалізовувати свій потенціал, забезпечувати якісну продукцію та послуги, а також адаптуватися до змін на ринку. Ця робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів управління бізнес-процесами на підприємстві.

Метою даного дослідження є детальний розгляд сутності поняття "бізнес-процеси" та їх характеристик.

Сутність поняття "бізнес-процеси" полягає в тому, що це є фундаментальним елементом функціонування будь-якого підприємства або організації. Бізнес-процеси представляють собою послідовність взаємопов'язаних дій, операцій та завдань, які спрямовані на досягнення певних цілей та результатів в контексті діяльності підприємства.

Основні аспекти сутності бізнес-процесів включають:

1. **Послідовність дій:** Бізнес-процеси визначають, як робляться різні завдання та операції у межах підприємства. Це описує кроки, які потрібно виконати, щоб перетворити вхідні ресурси в вихідний продукт або послугу.
2. **Зорієнтованість на результат:** Бізнес-процеси мають конкретні цілі та очікувані результати. Вони спрямовані на створення цінності для підприємства, клієнтів чи інших зацікавлених сторін.
3. **Взаємодія з ресурсами:** Бізнес-процеси включають в себе використання різних видів ресурсів, таких як люди, технології, фінанси та інші. Ефективне управління цими ресурсами є ключовим аспектом бізнес-процесів.
4. **Підтримка стратегії:** Бізнес-процеси повинні бути спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства. Вони повинні бути узгоджені з загальною стратегією організації та сприяти її реалізації.
5. **Постійний аналіз та вдосконалення:** Бізнес-процеси піддаються постійному моніторингу, аналізу та оптимізації з метою забезпечення їх ефективності та відповідності змінюючимся умовам ринку та підприємницькому середовищу [1].

Бізнес-процеси становлять основний механізм управління ресурсами та реалізації стратегії організації. Розуміння їх сутності та ефективне управління ними дозволяють підприємствам досягати більшої продуктивності, конкурентоспроможності та стійкості на ринку.

Процеси можуть бути основними і допоміжними. Основними є процеси поточної діяльності підприємства, результатом яких є виробництво виходів, необхідних зовнішнім клієнтам. Допоміжні процеси забезпечують ефективну реалізацію первинних. Також, процеси можуть бути зовнішніми або внутрішніми. Зовнішнім називається процес, що має вхід і/або вихід поза підприємством. Внутрішнім називається процес, що реалізується цілком у рамках однієї організації [2].

Роль бізнес-процесів у підприємницькій діяльності вельми важлива і визначальна. Вони дозволяють ефективно використовувати ресурси, забезпечують якість та конкурентоспроможність продукції або послуг і допомагають досягти стратегічних цілей організації [3, с. 48]. Бізнес-процеси можна класифікувати за різними ознаками та характеристиками, залежно від потреб і методів аналізу. Насправді підприємство має до 20 ключових бізнес-процесів, від виконання яких залежить його успіх на ринку. А загальна кількість бізнес-процесів підприємства може досягати кількох сотень.

Висновок. Загалом, ефективні бізнес-процеси є критичним елементом успіху підприємства, і їхнє належне управління може позитивно впливати на всі аспекти функціонування організації.

Література

1. Бурлакова В. В., Абрамова А. І. Удосконалення стилів і методів керівництва підприємствами і організаціями. Київ, 1990. 347 с.
2. Клепікова О. А. Сучасні технології моделювання бізнес-процесів підприємства. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Економічна*. 2014. № 4. С.

Стрілець А. Ю.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к. е. н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Шевчук Н. В.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Бурхливий розвиток світової економіки створює все більш нові й складні виклики для сучасного бізнесу і наступним етапом в наш час є розвиток цифрової економіки. Неможливо ігнорувати те, які зміни як і повсякденного життя, так і ділового середовища викликало проникнення технологій та Інтернет-мережі. Цифрові технології не тільки стали невіддільною частиною нашого існування та значно полегшують більшість процесів, а й все частіше саме вони постають базовою умовою масштабування, забезпечення високої якості та конкурентоспроможності товарів з послугами.

Метою роботи є здійснення наукового впорядкування теоретико-методологічних засад оцінювання результативності цифровізації підприємства та напрямки її забезпечення.

Можна вважати, що на сьогодні тема результативної цифровізації та відповідного управління нею набула особливої актуальності, адже більшість українських підприємств не встигли відновитися від наслідків пандемії, коли довелося зіштовхнутися з новими труднощами - війною. За умов повномасштабного вторгнення, невизначеності, обмеженості в ресурсах та інформації саме впровадження цифровізації може допомогти нашому бізнесу залишатися конкурентоспроможним, проте не всі компанії, які дійсно прагнуть змін, дійсно доходять до омріяного результату: успішно реалізованої цифрової стратегії. Одним із ключових етапів, на якому виникають перешкоди у більшості компаній, є саме некоректне оцінювання та відсутність систематичного моніторингу результативності. Виправлення цього допоможе визначити чи були досягнуті поставлені цілі, зберегти необхідний фокус, коригувати стратегію, виявити недоліки чи помилки в процесі виконання і головне – планувати подальші кроки, що і підтверджує важливість цього дослідження.

Результати. Для початку потрібно відповісти на питання: що ж закладено в основу понять «цифровізація» та яке її значення для бізнесу? Даний термін активно аналізується як закордонними науковцями, так і вітчизняними. Поняття "цифровізація" походить від англійського слова "digitalization", яке у буквальному перекладі означає оцифровування, тобто трансформацію аналогових даних у цифровий формат. Перша згадка зустрічається в Оксфордському словнику англійської мови саме як «оцифрування» (digitization) та «цифровізація» (digitalization) з середини 1950-х років, тому і вважається, що цифровізація з'явилася в середині 20 століття з появою електронних пристроїв та комп'ютерів [1].

Приділяли особливу увагу вивченню поняття «цифровізації» Дж. Блумберг, С. Зелл, Д. Крейс, Дж. Манчіні, М. Муро, Дж. Скот Бреннен, К. Шваб. Класичне трактування надають нам Дж. Скотт Бреннен та Даніель Крейс, які називають цифровізацію способом, у який багато сфер суспільного життя реструктуризуються навколо цифрової комунікації та медіа-інфраструктури. Джейсон Блумберг визначає дану дефініцію доволі широко: «...обробка

аналогової інформації та її кодування в нулі і одиниці, щоб комп'ютери могли зберігати, обробляти і передавати таку інформацію» [1, 2].

Неабияку зацікавленість цифровізація викликає й у наших вчених А. М. Береза, Г. Чміль, М. Дубина, О. Грибінченко, О. Гусєва, О. Козлянченко, О. Кульчицький, С. Легомінова, В. Гужва, І. Нікітін, А. Нотаріна, Н. Чухраєва, Л. Лисенко, Б. Тетерятник та інші. Наприклад, Гусєва О. та Легомінова С. під цифровізацією розуміють саме трансформацію, проникнення цифрових технологій щодо оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами [3].

Загалом, таке неоднозначне поняття варто аналізувати комплексно, його слід розглядати у розрізі різних ознак. Дубина М. Та Козлянченко О. влучно описують цифровізацію через призму чотирьох наукових підходів. По-перше, інформаційний підхід пояснює це як поєднання інформаційних та людських ресурсів, спричинених впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій. По-друге, процесний розглядає створення нових потоків інформації та даних, структурний - трансформацію економіки за допомогою оцифровування, а бізнес-орієнтований передбачає можливість створення нових бізнес-моделей (мережевий бізнес, електронна торгівля) [4, с.26].

Дуже часто в літературі поряд з поняттям «цифровізація» згадуються терміни «цифровізація», «цифрова трансформація» та «оцифровування», навколо яких ще досі ведуться дискусії. Провівши аналіз наукової літератури вдалося визначити, що оцифровування орієнтоване на збереження та обробку наявної інформації, тоді як цифровізація передбачає масштабне впровадження цифрових технологій та інновацій у робочий процес, його трансформацію, а от цифрова трансформація вже спрямована на докорінну зміну бізнес-моделей та процесів за допомогою цифрових технологій.

Цифровий розвиток світового бізнес-середовища значно вплинув на досвід успішного впровадження цифровізації в різні напрямки функціонування бізнесу. Згідно зі звітом McKinsey, 45% задач на підприємствах можна автоматизувати. Серед глобальних тенденцій варто виокремити такі найуспішніші напрями:

- роботизація ручної праці, що скасує потребу у виконванні рутинних завдань і дозволить зосередитися на складних і унікальних задачах;
- збір, зберігання і обробка даних за допомогою хмарних рішень, електронного документообігу;
- цифровізація управління виробничим процесом та удосконалення ряду адміністративних функцій;
- моделювання параметрів та симуляція при розробці нових продуктів та послуг;
- використання нових цифрових каналів для продажу продукції, залучення клієнтів та комунікації з ними;
- удосконалення управління логістичною системою (ланцюжком постачання, складськими площами);
- спрощення співпраці з партнерами;
- автоматична аналітика даних та надання на основі цього управлінських рішень.

З кожним роком цікавість до цієї категорії все більше зростає і в Україні, що спричинено її економічним значенням. Найбільшого прогресу цифровізації нашої країни було досягнуто у таких напрямках як: впровадження електронного банкінгу, трансформація публічного управління та адміністрування, цифровізація сільського господарства або так звані AgTech, цифрова роздрібна торгівля та електронна комерція, трансформація охорони здоров'я та освіти. Також Україна завжди мала сильний розвиток сфери ІТ-технологій, що і вплинуло на

значне проникнення цифрових технологій у розвиток інноваційних центрів та стартапів. Проте як показує практика, нині дійсно є надзвичайно багато можливостей, які надає цифровізація, і які ще не на достатньому рівні використовуються в нашій державі.

До того ж варто виділити, що не зважаючи на велику кількість напрацювань щодо вирішення проблеми оцінки результативності цифровізації, у сучасній вітчизняній літературі досі відсутній чіткий інструментарій для визначення даного показника. Загалом, можна визначити результат цифровізації на основі позитивної динаміки обсягів випуску продукції, прибутку, рентабельності, якості продукції, витрат на одиницю продукції і т.д., проте це допомагає оцінити кінцевий результат і все одно лишається потреба в розробці конкретної системи показників, які дозволять здійснювати оцінку безпосередньо в моменті протікання цифровізації на різних її етапах. Важливо додати, що як і впровадження ефективно цифровізації, так і її оцінювання залежать від розуміння того, як система отримує результат.

Сутність проблеми збільшення цифрового «розриву» між компаніями, неефективне впровадження більшістю українських компаній цифрових технологій полягає в певній мірі саме у відсутність універсального механізму управління. І не дивно, оскільки підприємство ніколи не досягне найвищих стратегічних цілей свого розвитку, якщо керівництво не буде і відповідно не вживатиме превентивних заходів під час управління цифровим розвитком. Доволі час виникають труднощі в оцінці довгострокових перспектив, а за останніми дослідженнями цифровізації й належить до таких можливостей, оскільки ефекти від неї можна спостерігати в повній мірі тільки через 15-20 років.

Відстежувати прогрес в управлінні змінами дуже важливо, і для цього потрібно зрозуміти – за якими показниками ви це робитимете. Як саме ви зрозумієте, що цифрова трансформація йде вдало? Для вирішення цієї проблеми доцільно запропонувати широко використовувану нині систему збалансованих показників, а більш точно сучасну модифіковану її версію - систему ключових показників ефективності (KPI).

Ключові показники ефективності (KPI) - це метрики, які допомагають використовувати збалансовану систему індикаторів, за якої оцінка результатів знаходиться в прямій залежності від ступеня досягнення стратегічних цілей. На основі цього для підприємства можна розробити низку показників, які безпосередньо характеризують результативність управління цифровим розвитком: фінанси, технологічні процеси, людський капітал, бізнес-процеси, кредитоспроможність [5].

Для початку варто обрати KPI, які найкраще показують досягнення цілей підприємства. В системі оцінки результативності компанії ключову роль займає оцінка фінансових індикаторів розвитку, показників прибутковості компанії та їх динаміка зокрема, проте в залежності від вектора цифрового розвитку система KPI може сильно варіюватися. Далі для кожного KPI визначте, як саме будете вимірюватися цей показник і які цільові значення він матиме. Відповідно наступним кроком є збір та аналіз інформації, що покращить корегування бізнес-цілей та цифрової стратегії компанії, тобто з'являється можливість чітко оцінити результативність та ефективність впровадження цифровізації.

Висновки. Звичайно запропонований метод ключових показників ефективності має як ряд переваг, так і недоліків, проте він дозволить оцінити поточний стан підприємства за унікальними параметрами залежно від стратегічних цілей, а також головне – це допоможе визначити конкретні технології або системи, в яких підприємству необхідно досягти прогресу, щоб досягти вищого рівня цифровізації, і які сприятимуть досягненню стратегічної мети, цілі розвитку підприємства.

Література

1. Шпарик О. Концептуальні засади цифрової транспортної освіти: європейський та американський дискурс. *Український Педагогічний журнал*. 2021. №4. С. 65-76.
2. Bloomberg J. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=1aeb44612f2c> (дата звернення: 03.11.2023).
3. Гусєва О. Ю., Легомінова С.В. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 1. С. 33-39.
4. Дубина М. В., Козлянченко О. М. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі у розвитку сучасного суспільства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3 (19). С. 21-32.
5. Поліщук Є. А., Іващенко А. І. Методика розрахунку ключових показників ефективності (крі) використання різних фінансово-кредитних інструментів підприємствами МСБ. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6879> (дата звернення: 08.11.2023).

Стрільчук Ю.І.

к.е.н., доцент, доцент кафедри банківської справи та страхування
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Повидиш А.О.

ОПП «Банківський бізнес», 4 курс
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ БАНКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ОПРИЛЮДНЕННЯ

Ефективне функціонування банківської системи в країні є надзвичайно важливим для досягнення високого рівня розвитку економіки в цілому, забезпечення її необхідною грошовою масою, створення сприятливих умов для підприємництва, фінансування пріоритетних галузей тощо. Діяльність банків є високоризикованою, особливо у сучасних умовах перманентних кризових явищ та макроекономічної нестабільності. У сучасних реаліях діджиталізованого середовища значного поширення набувають інноваційні банківські продукти та технології на основі дистанційного обслуговування, що значно посилює роль операційного та технологічного ризиків.

У зв'язку зі специфікою своєї діяльності, а саме значним переважанням зобов'язань над власним капіталом у структурі пасивів банку та високим рівнем ризику, банківська діяльність вимагає специфічного регулювання та нагляду для забезпечення її прибутковості, ефективності та транспарентності. Саме тому Національний банк України визначив ряд вимог до складання, подання та оприлюднення фінансової звітності банків.

Фінансова звітність – це бухгалтерська звітність, яка є структурованим відображенням фінансового стану та фінансових результатів діяльності банку. Метою її складання є надання користувачам для прийняття рішень повної, зрозумілої, достовірної та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів банку, материнського банку та учасників консолідованої групи як єдиної економічної одиниці [1].

Клієнти банку можуть використовувати фінансову звітність для оцінки надійності банку та безпеки своїх вкладів. Інвестори можуть використовувати для оцінки інвестиційних

можливостей банку, а наглядові органи – для регулювання діяльності банків. Питання, що стосуються фінансової звітності банків України, регулюються такими вітчизняними законодавчими та нормативно-правовими актами:

- Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV;
- Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III;
- Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затверджена постановою Правління НБУ від 24.10.2011 № 373;
- Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності у банках України, затверджене постановою Правління НБУ від 30.12.1998 № 566.

Крім того, варто зауважити, що банки зобов'язані складати фінансову звітність відповідно до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності.

Згідно з Інструкцією про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України фінансова звітність складається з таких форм [1]:

- Звіт про фінансовий стан (Баланс).
- Звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід (Звіт про фінансові результати).
- Звіт про зміни у власному капіталі (Звіт про власний капітал).
- Звіт про рух грошових коштів.

Варто зауважити, що невід'ємною складовою фінансової звітності банку є примітки. Банк самостійно визначає склад і структуру приміток з урахуванням вимог МСФЗ, складає примітки до кожної суттєвої статті фінансової звітності на основі даних синтетичного та аналітичного бухгалтерського обліку. У примітках надається загальна інформація про банк, основні принципи облікової політики банку, зміни, що в ній відбулися протягом звітного періоду, їх вплив на фінансовий стан та результати діяльності банку, іншу інформацію, розкриття якої передбачається МСФЗ [1]. Банк може також використовувати Методичні рекомендації щодо порядку складання приміток до фінансової звітності банків України [2].

Крім того банки коригують річну фінансову звітність і відповідну порівняльну інформацію за попередні звітні періоди, якщо вона складається в умовах гіперінфляції, що необхідно для оцінки діяльності банку стейкхолдерами.

Для забезпечення прозорості банківської діяльності встановлюються окремі вимоги щодо оприлюднення фінансової звітності. Зокрема, банки зобов'язані не лише подавати звітність до НБУ на паперових носіях у встановлені терміни, а й оприлюднювати її на власних веб-сайтах. Банк зобов'язаний оприлюднювати проміжну фінансову звітність не пізніше 30 числа місяця, наступного за звітним періодом, консолідовану проміжну фінансову звітність – не пізніше 30 числа другого місяця, наступного за звітним періодом, шляхом розміщення на веб-сайті банку, а також не пізніше 30 квітня, наступного за звітним роком оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом із аудиторським звітом, шляхом публікації в періодичних виданнях або поширення як окремих друкованих видань чи розміщення в мережі Інтернет [1].

Разом із річною фінансовою звітністю банки зобов'язані складати та подавати до Національного банку України Звіт про управління, який доповнює фінансову звітність інформацією про поточні, минулі та майбутні події для надання цілісної інформації користувачам фінансової звітності, що допоможе оцінити результати діяльності банку та дії

його керівництва відповідно до заявлених стратегічних планів [1]. Даний звіт складається відповідно до вимог МСБО 1 та передбачає розкриття фінансової та нефінансової інформації щодо результатів діяльності банку, перспектив його розвитку, ризиків, на які наражається банк. Даний звіт повинен розкривати також екологічні та соціальні аспекти діяльності банку та містити прогностичні дані щодо розвитку банку. Складання та оприлюднення Звіту про управління є цілком необхідним для повної оцінки діяльності банку його клієнтами та іншими контрагентами.

Отже, складання та оприлюднення фінансової звітності банку відповідно до вимог МСФЗ сприяє забезпеченню прозорості, надійності та доступності фінансової інформації для всіх зацікавлених сторін, посиленню довіри та стабільності в банківському секторі. Важливу роль у забезпеченні комплексного та всебічного відображення діяльності банку відіграє доповнення його фінансової звітності нефінансовими звітами, які відображають інформацію про економічну, соціальну та екологічну складові діяльності банку, що є перспективним напрямком для подальшого удосконалення нормативних вимог до банків у частині звітності.

Література

1. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затверджена Постановою правління НБУ від 24.10.2011 № 373. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11#Text>
2. Методичні рекомендації щодо порядку складання приміток до фінансової звітності банків України, схвалені Постановою правління НБУ від 29.12.2015 № 965 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0965500-15#Text>

Якимчук В.О.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – д.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Коцюба О.С.

КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Вступ. Останні події в Україні, включаючи політичні та економічні пертурбації, призвели до зниження інвестиційної активності, зупинення інвестиційних проєктів та відтоку іноземного капіталу з українського ринку. В умовах вивозу інвестиційного капіталу без заохочення й ефективного використання інвестицій неможливо подолати поточну кризу й забезпечити подальший розвиток країни. Це вимагає створення не лише сприятливих, але й стимулюючих умов для залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій. Зазначена проблема набуває особливої актуальності у контексті прагнення України до членства в Європейському Союзі.

Залучення інвестицій інших країн дозволяє доповнювати обмежені внутрішні інвестиції і сприяє фінансуванню компаній, регіонів та сфер господарства. Дослідження особливостей інвестиційної діяльності з боку зовнішніх економічних суб'єктів може допомогти використовувати потенціал іноземного інвестування для стабілізації економічної ситуації та забезпечення стійкого економічного зростання в Україні.

Дослідження, присвячені актуальним аспектам інвестиційної діяльності в Україні, проводилися такими авторами, як Бердей І., Данилишин Б., Москаленко Б., Чорний Р., Чорна Н.. Однак відсутність відповідей на питання, пов'язані з особливостями залучення

іноземного капіталу, при тому, що Україна продовжує втрачати свої позиції у глобальному рейтингу конкурентоспроможності, визначає необхідність проведення додаткових досліджень, з використанням відповідних аналітичних оцінок на макро- та мезорівні.

Отже, метою дослідження є виявлення й аналіз ключових тенденцій інвестиційних процесів в економіці України, з акцентом на факторі залучення й використання іноземних інвестицій.

Результати дослідження. Соціально-економічний стан регіонів України відзначається проявами гострих кризових явищ, які виникають і розвиваються через різні чинники, включаючи зовнішні виклики та негативні макроекономічні тенденції, а також значний вплив негативних наслідків реструктуризації промислових підприємств, військового конфлікту та політичної кризи.

Міжнародна мережа консалтингу BDO розробляє Індекс привабливості для інвестицій в міжнародному бізнесі (International Business Compass). Що стосується першої половини 2022 року, Індекс інвестиційної привабливості України трохи покращився, досягнувши значення в 2,48 бала, що є близьким до рівня, зафіксованого у 2020 році під час активної фази пандемії Covid-19. У другій половині 2022 року даний Індекс зменшився на 0,5 пункту і становить 2,17 бала з можливих 5. Зараз більше половини топ-менеджерів вважають інвестиційний клімат країни досить не вигідним. [1]

Зниження рівня інвестиційної зацікавленості обумовлюється рядом чинників, таких як обмежений розвиток ринку капіталів і фондового ринку, неідеальна та нестабільна нормативно-правова база, нестійка військово-політична ситуація в країні, відсутність інвестиційного страхування та зниження фінансових можливостей населення.

Водночас, глобальні економічні кризи та обмеженість інвестиційних ресурсів утримують економіку України на периферії світових інвестиційних потоків. Згідно зі звітом Національного банку України, за 2022 рік загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України становив 50 986,7 мільйонів доларів США. Ці інвестиції були спрямовані переважно у вже розвинені напрями економічної діяльності. Зокрема, на кінець 2022 року найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій був здійснений в промислові підприємства (41,9%) й установи, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею, а також ремонтом автотранспортних засобів та мотоциклів (16,3%).[2]

Таблиця 1 — Основні країни-інвестори України станом на 31.12.2022 [2]

Назва країни-інвестора	Частка інвестицій
Кіпр	33,1 %
Нідерланди	19,5 %
Швейцарія	5,1%
Німеччина	4,97%
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	4,8%
Австрія	3,2%
Люксембург	2,5%
Франція	2,2%

Згідно з даними платіжного балансу, які опубліковані на веб-сайті Національного банку, за перші вісім місяців 2023 року чистий приплив прямих іноземних інвестицій становив 2,9 мільярда доларів США, включаючи реінвестування доходів у розмірі 2,3 мільярда доларів США.

Успішність інвестиційної діяльності будь-якої країни визначається, головним чином, обсягом прямих іноземних інвестицій, що надходять у її основний капітал. Обсяги капітальних інвестицій, які були вкладені в підприємства України протягом 2022 року, становили 409 660,0 мільйонів гривень, що на 98 557 мільйонів гривень менше за попередній рік. Низька активність в інвестуванні обмежує ефективність економіки, що у свою чергу визначає повільні темпи довгострокового економічного зростання. Незважаючи на зниження показника залучення інвестицій, можна виділити провідні сфери економічної діяльності за обсягами освоєння капітальних інвестицій у 2022 році (рис. 1).

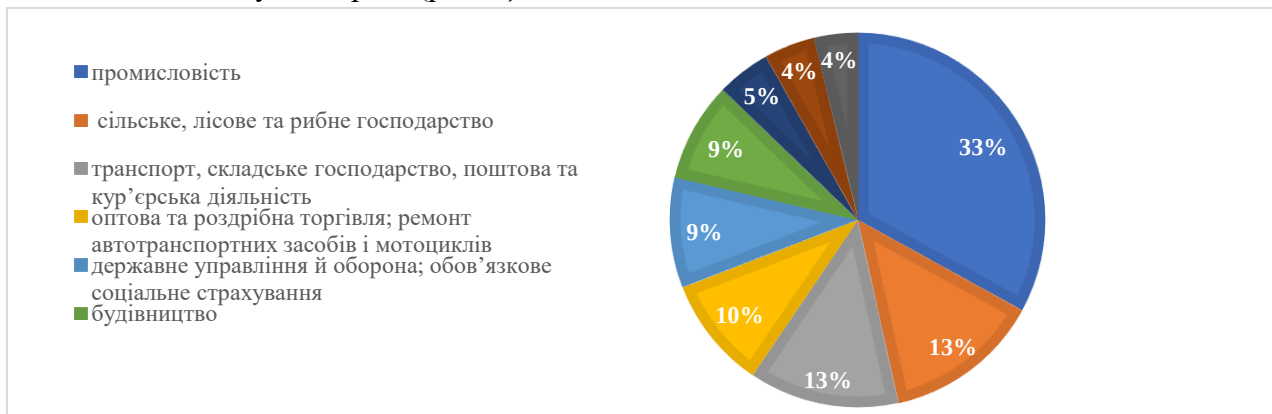


Рисунок 1 — Провідні сфери економіки за обсягами освоєння капітальних інвестицій у 2022 році [2]

Нині можна спостерігати цікаве явище: інвестиції скорочуються, тоді як зовнішні борги зростають, хоча очікувалося навпаки. Прямі іноземні інвестиції повинні мати позитивний вплив на економічну ситуацію, а не сприяти зростанню державного зовнішнього боргу. [3] Внаслідок того, що в останні роки не відбулося суттєвих перетворень в економіці країни, на цей час має місце відмітне відставання України від розвинених країн, особливо в частині виробничих можливостей, рівня добробуту та ін. Для досягнення прогресу необхідно залучити більше інвестицій, особливо в такі сектори економіки, як промисловість та сільське господарство, оскільки саме ці галузі викликають найбільшу зацікавленість з боку країн-інвесторів, згідно з даними останніх років.[4]

Висновки. Узагальнюючи результати виявлення та аналізу ключових тенденцій інвестиційних процесів в межах національної економіки, можна відзначити таке:

- за останні роки інвестиційна ситуація в Україні відчутно погіршилася;
- інвестиційні процеси в Україні відзначаються нестабільністю: після зростання капітальних інвестицій, у більшості регіонів з початку 2019 року їх обсяги стали зменшуватися;
- ключовими чинниками, що призводять до недостатньої інвестиційної активності в регіонах України, є складний процес залучення іноземних інвестицій, недостатня довіра до урядових рішень, відсутність результативних реформ, високий рівень корупції та значні адміністративні бар'єри щодо здійснення інвестиційної діяльності;
- спостерігається велика різниця в розподілі інвестицій за галузями: в основному інвестиції зосереджені у секторах економіки, де можна швидко повернути вкладені кошти.

Отже, для стабілізації економічної ситуації і забезпечення зростання національної економіки необхідні комплексні зміни в частині формування й підтримання на високому рівні інвестиційної активності, як з боку вітчизняних, так і з боку зарубіжних суб'єктів економічної діяльності.

Література

1. Данилишин Б. Щодо стану інвестиційних процесів в економіці України та шляхів їх активізації. URL https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/503439_shchodo_stanu_investitsiynih_protseviv.html (дата звернення: 03.11.2023).
2. Інвестиційна діяльність в Україні за 2022 рік. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b6d0940d-2443-41c4-82ec-86e6d2e56973&title=InvestitsiinaDiialnistVUkrainiZa2022-Rik> (дата звернення: 02.11.2023).
3. Москаленко Б. Особливості інвестиційної активності в Україні та її вплив на інвестиційний потенціал підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2014. № 2. С. 152–156.
4. Чорний Р., Чорна Н., Бердей І. Активізація інвестиційної діяльності України в умовах економіко-політичної нестабільності. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. № 3 (131). С. 114–120.

СЕКЦІЯ 2. ПІДПРИЄМНИЦТВО: БІЗНЕС-ІДЕЇ ТА ЇХ КАПІТАЛІЗАЦІЯ

Модератор секції — *Репіна І.М.*, докторка екон. наук, професорка

Бованенко А. О.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Будяєв М. О.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛ-РИНКУ

Вступ. Бізнес, як і будь-яка інша сфера діяльності не стоїть на місці а має тенденцію до постійного розвитку та вдосконалення. Наразі досить складно ритейл-підприємствам завойовувати увагу нового клієнта звичними прийомами та методами, тому ритейлам слід постійно слідкувати за новими трендами та тенденціями. Вони оновлюються як і зі зміною стилів, так і через всесвітні події, такі як пандемії чи війни.

Виклад основного матеріалу. Часи пандемії у всьому світі дали поштовх розвитку онлайн торгівлі, майже всі існуючі підприємства створили свої інтернет додатки чи веб-сайти щоб не втрачати своїх позицій серед конкурентів та захопити нову аудиторію. Такий інноваційний розвиток є наслідком всесвітніх карантинних заходів безпеки, тому, щоб бізнес продовжував свою життєздатність ритейл-підприємства були змушені швидко пристосовуватися до нових змін.

До технологічних змін також слід віднести популяризацію штучного інтелекту та початок його широкого впровадження у бізнес структури, який вже сьогодні починає спричиняти серйозні трансформації в галузі персоналізації та прогнозової аналітики, управління запасами, автоматизації повторюваних завдань, комунікації з клієнтами (у форматі чат-ботів) і розпізнавання зображень [1].

Окрім технологічних змін активно розвиваються та розширюються маркетингові канали, а саме починається широко застосовувати соціальні мережі у цілях реклами та побудови бренд-спільнот. В сучасному світі створення та ведення соціальної сторінки для власного бренду є вкрай важливим, адже це підвищує пізнаваність, охоплює різні типи потенційних клієнтів та збільшує довіру до бренду у клієнта [3]. Завдяки використанню не однієї соціальної мережі а декількох, можна охопити величезну аудиторію зацікавлених клієнтів. Різноманітний контент, яким бренд зацікавлює аудиторію може бути різноманітний, від огляду на нові позиції до участі в популярних трендах. Також, можна замовляти рекламу у популярних блогерів, яким довіряє аудиторія. Таким прийомом найбільш поширено користується ритейл-підприємство «Сільпо» використовуючи такі соціальні мережі як Тік-Ток та Інстаграм.

Основною перевагою освоєння такого типу маркетингу є залучення нових типів клієнтів та охоплення не тільки старої аудиторії, проте й молодшої.

Наступним трендом є редизайн торгових точок. В Україні цей прийом використовували такі відомі ритейли, як «АТБ» та «Сільпо». Компанія «Сільпо» взагалі зробила тему дизайну своїх магазинів власною родзинкою, адже кожен з магазинів має унікальний дизайн, чим приваблює клієнтів.

Як логічний наслідок розвитку метод редизайну в об'єднанні зі створенням веб-сайтів та активним використанням Веб-технологій, отримав назву CRO (оптимізація конверсії) [2]. Даний метод є оптимальним рішенням для оновлення дизайну застосунку чи власного сайту,

тому що він є: менш ризикованим, ніж повне перепроєктування веб-сайту, оскільки кожна зміна в інтерфейсі ґрунтується не на припущеннях та евристиці судження, а на дослідженнях і тестах.

Повертаючись до технологічних аспектів, наразі обертів набирає популяризація автоматичного ціноутворення. Таке впровадження значно знижує потребу в наймі додаткових робітників та затрати часу. Омрі Трауб, керівник компанії Toast, що займається розробкою програмного забезпечення для ресторанів, очікує, що автоматизація відіграватиме ще більшу роль у цій сфері. Він вказав на «нову хвилю компаній», які надають такі рішення автоматизації як послугу. За його словами, після впровадження ця технологія забезпечить «низькі витрати на впровадження та [зниження] операційних витрат» [2].

Важливим аспектом для всіх ритейлів є лояльність клієнтів до їх бренду. Задля цього фірми проводять редизайн магазинів та веб-сайтів, покращують маркетингові стратегії, займаються персоналізацією реклами під кожного клієнта окремо, щоб клієнт відчув незабутній досвід та приємні емоції, які пов'яжуть даного клієнта з конкретним брендом [3].

Для створення такого зв'язку ритейли почали використовувати так звану експериментальну роздрібну торгівлю (впровадження нових бонусів, акцій, систем лояльності, подарунки постійним клієнтам, розіграші, цікаві інтерактиви в торгових точках) [4]. Способи досягнення даної мети можуть варіюватися, проте кінцевий результат – задоволений клієнт.

Яскравим прикладом реалізації такої експериментальної роздрібної торгівлі є впровадження різних систем оплати. Наразі, в Україні покупки можна оплатити на звичайній касі, або на касі самообслуговування. Проте, в Європі запровадили ще один спосіб купівлі та оплати товарів – портативний сканер цін. Такий пристрій можна взяти одразу разом з візочком для продуктів, та беручи потрібний товар його потрібно відсканувати та він одразу записується до списку обраних товарів. Після того, як покупець обере всі необхідні товари, цей апарат під'єднується до каси самообслуговування і клієнту потрібно тільки оплатити товар, без сканування, адже це було зроблено ще під час вибору товарів. Такий прийом значно економить час клієнта та зменшує черги до кас самообслуговування.

Така автономія в оплаті підводить до найбільшого інноваційного прориву в роздрібній торгівлі – автономні магазини. В такому магазині немає охорони, касирів та консультантів. Автономний магазин працює за допомогою стельових камер і розумних полиць, щоб відстежувати, які продукти клієнти беруть у магазині. Технологія дозволяє магазинам працювати без касирів — магазин автоматично визначає зняті з полиць товари та створює віртуальний кошик. система постійних звітів. Дані магазини є більш розвиненим вендингом автоматом, котрі також не втрачають своєї лідерської позиції.

Загалом вендинг в Європі це мільйони і мільйони автоматів. Щорічно через вендингові апарати реалізуються, як гарячі напої, снеки, техніка, медичні препарати, товари для домашніх улюбленців, фермерські продукти, так і ювелірні вироби з золота чи срібла.

По звітам від ЕВА за 2021 рік можна побачити, що загальний парк вендингових машин зріс в Україні – 388 мільйонів агрегатів на 2021 рік (через пандемію автомати стали популярнішими та практичнішими). В 2021 році в Україні показники виручки через вендингові апарати складають 4 мільйони 751 тис гривень [6].

Не менш важливим трендом не тільки у бізнесі, а й у всіх аспектах життя стало здорове харчування та еко стиль життя. Глобальна обізнаність суспільства щодо екології, сталого розвитку та зменшення вуглецевого сліду має дуже великий вплив на роботу індустрії роздрібної торгівлі та напрямки її подальшого розвитку [5]. Ритейл-підприємства слід не

тільки дотримуватися правил і норм щодо екології планети та суспільства, а й закликати своїх клієнтів до цього. Наразі в Україні у всіх ритейл-підприємствах маленькі целофанові пакети є платними, проте вони одночасно пропонують і альтернативу більш довговічним сіточкам чи мішечкам, які є екологічними та багаторазовими. Для клієнтів важлива можливість переробки та використання натуральних матеріалів. Понад 70% респондентів стверджують, що готові платити більше за товари, вироблені відповідно до принципів сталого розвитку [3].

Потенційно ритейл-підприємства можуть будувати спільноту користувачів на базі екологічного стилю життя з активним використанням мотиваційних та гейм-механік в якості основної рушійної сили. Для цього можна використовувати потенційно нові інноваційні рішення, такі як бонуси за сортування сміття чи здачу старих батарейок, які можуть бути використанні для гуманітарних цілей (висадження лісів, будівництво колодязів в Африці).

Загалом, бізнес у всьому світі постійно еволюціонує, і щоб залишатися конкурентоспроможним ритейл-підприємством та лідером у своїй галузі, потрібно ризикувати та слідувати тенденціям розвитку, переймаючи зарубіжний досвід успішних компанії, або створювати власні тенденції та розвивати їх. Штучний інтелект, онлайн-торгівля, персоналізація послуг, оптимізація конверсії та екологічна свідомість стають важливими факторами для приваблення та утримання клієнтів. Усе це свідчить про постійну еволюцію та необхідність адаптації у сфері роздрібною торгівлі для забезпечення успішного функціонування у сучасному бізнес-середовищі.

Література

1. 10 Must-Know Retail Industry Trends for 2023. *Mapsted Blog*. URL: <https://mapsted.com/blog/retail-industry-trends> (дата звернення: 07.11.2023)
2. Trends in the retail industry in the latter part of 2023 - Appchance (EN) - Mobile Commerce Experts - Appchance - Digital Commerce Experts. *Appchance (EN) - Mobile Commerce Experts*. URL: <https://appchance.com/blog/trends-in-the-retail-industry-in-the-latter-part-of-2023/> (дата звернення: 07.11.2023)
3. The Future of Retail: Trends. *Business News Daily*. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/9836-future-of-retail.html> (дата звернення: 06.11.2023)
4. What you need to know about retail trends in 2023. *Deloitte Netherlands*. URL: <https://www2.deloitte.com/nl/nl/pages/consumer/articles/retail-trends.html> (дата звернення: 08.11.2023)
5. T O. 10 Retail trends 2022-2023 that will be relevant in the coming years. *Geniusee*. URL: <https://geniusee.com/single-blog/ten-retail-trends-that-will-be-relevant-in-the-coming-years> (дата звернення: 08.11.2023).
6. Як зараз розвивається вендинговий ринок України? В чому відмінність із ринком Європи URL: <https://vending-solution.com/yak-zaraz-rozvyvayetsya-vendingovyj-rynok-ukrayiny-v-chomu-vidminnist-iz-rynkom-yevropy/> (дата звернення: 12.11.2023)

Гювенко Д.О.

Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 4 курс,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Швидка О.П.

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

Сучасна бізнесова парадигма характеризується підвищенням вимог до здатності

підприємств адекватно реагувати на зміну факторів зовнішнього економічного середовища, провідними рисами якого є висока конкуренція та значне пришвидшення бізнес-процесів. Бізнес-модель як система надання послуг споживачам та подальшого отримання прибутку [1, с. 19] слугує основним об'єктом трансформаційних процесів всередині організації. Тобто, наразі підприємства потребують чіткого інструментарію для узгодження та актуалізації їхніх бізнес-моделей відповідно до особливостей ринкового середовища, в межах якого вони функціонують.

Метою дослідження є обґрунтування можливості застосування підходу дизайн-мислення як інструменту інноваційного пошуку в процесі здійснення трансформації бізнес-моделі підприємства.

Актуальність результатів. Дизайн-мислення розглядається зарубіжними та вітчизняними науковцями [2 – 7] як інструмент забезпечення створення інноваційних продуктів чи послуг, що свідчить про високий науковий інтерес до цього підходу. Проте недостатньо дослідженими є можливості використання дизайн-мислення для трансформації бізнес-моделей підприємств, що робить обрану тему дослідження особливо актуальною.

Огляд фахової літератури. О. Кемпкенс визначає дизайн мислення як людино-орієнтований ітеративний метод вирішення складних проблем або (та) створення продукту чи сервісу, який починається з розуміння цільової аудиторії, а завершується інноваційними пропозиціями, розробленими спеціально під її потреби [2]. Він описує п'ять основних етапів дизайн-мислення: емпатія (глибоке дослідження споживачів), фокусування (визначення проблеми споживачів), ідеацію (пошук рішення), прототипування (створення прототипу продукту-рішення), тестування (валідація гіпотез та ітеративне удосконалення продукту). На його думку, дизайн-мислення – це не чіткий набір правил чи шаблонів, а швидше режим роботи структури управління проектами, що встановлює рамки взаємодії зі стейкхолдерами підприємства (найчастіше – споживачами), чий експертний вклад та досвід можуть мати високу цінність в забезпеченні інноваційного процесу. Основною перевагою підходу на думку дослідника Ситника Н.І. [3] є віднайдення на етапі емпатії так званих «неусвідомлених потреб споживачів», які можуть, на думку авторів [4], стати основою для довгострокової конкурентної переваги, оскільки, якщо компанія знає особливості своїх клієнтів краще, ніж конкуренти, то вона відповідно зможе краще їх задовольнити.

Ядром підходу дизайн мислення, на думку дослідників [5, 6], є етап емпатії, основною метою якого є максимальне занурення в особливості життя, звичок, емоцій, проблем та хвилювань споживачів. З цією метою можуть застосовуватися такі інструменти: метод «П'ять чому», метод «5w + h», спостереження за споживачами, ментальні асоціативні карти, метод «Шість капелюхів», інтерв'ю тощо. Саме завдяки етапу надглибокого дослідження споживачів підприємство завжди знає, яким чином йому трансформувати свій продукт задля підвищення рівня попиту та задоволеності споживачів [7]. Основним недоліком дизайн-мислення, на думку дослідників [4], може бути складність впровадження дизайн-мислення на підприємстві через особливості самого підходу: він вимагає від менеджерів творчого мислення.

Результати дослідження. Як було зауважено вище, традиційно дизайн-мислення складається з п'яти етапів: емпатії, фокусування, ідеації, прототипування та тестування. В основі перших чотирьох етапів лежить модель творчого пошуку «подвійний алмаз» (див. рис. 1).



Рисунок 1 – Модель творчого пошуку «подвійний алмаз» [1]

Етапу відкриття в «подвійному алмазі» відповідає етап емпатії в дизайн-мисленні, етапу ідентифікації – етап фокусування, етапу розробки – етап ідеації, а етапу реалізації – етап прототипування. На етапах відкриття та розробки застосовується дивергентне мислення, суть якого полягає в генерації максимальної кількості гіпотез та ідей на основі зібраної інформації, а на етапах ідентифікації та реалізації – конвергентне мислення, яке полягає в максимальній конкретизації та кристалізації ідей та гіпотез сформованих на етапах дивергенції. Критеріями конвергенції (тобто максимального наближення гіпотези чи ідеї до реальних умов) можуть слугувати виявлені на етапі відкриття неусвідомлені потреби споживачів (етап ідентифікації), а також наявні в підприємства виробничі, інтелектуальні чи фінансові ресурси (етап реалізації). Тобто, зони дивергенції характеризуються творчою діяльністю компанії, а зони конвергенції – врахуванням особливостей цільової аудиторії та ринку.

Однією з найпоширеніших бізнес-моделей є бізнес-модель компанії за О. Остервальдером [1, с. 45]. Вона складається з дев'яти частин: ціннісної пропозиції, цільової аудиторії, каналів збуту, взаємозв'язків зі споживачами, ключових партнерів, ключових видів діяльності, ключових ресурсів, структури доходів та структури витрат.

На нашу думку, застосування дизайн-мислення на підприємстві трансформує його бізнес-модель. Вхідними даними для процесу дизайн-мислення є цільова аудиторія, взята з бізнес-моделі. В результаті здійснення етапу емпатії (відкриття) формується перелік неусвідомлених потреб споживачів, які потім кристалізуються на етапі фокусування (ідентифікації) в проблему споживачів. Проблема споживачів – це основа для розробки продукту чи сервісу компанії на етапі прототипування. Продукт є основою для формування нових ціннісної пропозиції бізнес-моделі та ключових видів діяльності. Зв'язки з клієнтами та канали збуту трансформуються таким чином, аби забезпечити зворотний зв'язок з клієнтами на етапі тестування. Конфігурація продукту, розробленого в результаті застосування дизайн-мислення, змінює структуру витрат, а також структуру доходів компанії.

Іншими словами, трансформація бізнес-моделі підприємства в результаті застосування підходу дизайн-мислення здійснюється у вигляді ланцюжка: дослідження цільової аудиторії – виявлення неусвідомлених потреб – розробка нового рішення (продукту чи сервісу) – трансформація ціннісної пропозиції та ключових видів діяльності – здійснення етапу тестування – трансформація зв'язків зі споживачами – трансформація структури витрат та доходів компанії. При цьому ключові ресурси та партнери виступають факторами конвергенції, хоча також можуть в подальшому трансформуватися.

Висновки і пропозиції. Отже, у випадку застосування підприємством підходу дизайн-мислення як інструменту забезпечення інноваційного процесу змінюється і бізнес-модель компанії. Основною перевагою дизайн-мислення є те, що воно забезпечує глибокий аналіз потреб цільової аудиторії, а також виявлення неусвідомлених потреб споживачів, що може слугувати джерелом отримання підприємством стійкої конкурентної переваги. Таким чином,

трансформація бізнес-моделі на основі підходу дизайн-мислення забезпечує її максимальну відповідність потребам споживачів. На нашу думку, застосування цього підходу українськими підприємцями є найбільш вірогідним в рамках їх взаємодії з агенціями, що спеціалізуються на наданні послуг інноваційного консалтингу. Це б сприяло не лише виходу українського бізнесу на якісно новий рівень клієнтоорієнтації, але й стало б потужним драйвером розвитку бізнес-економіки в цілому.

Література

1. Формування бізнес-моделі підприємства : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Г. О. Швиданенко, Н. В. Ревуцька. — К. : КНЕУ, 2013. — 423, [1] с.
2. Kempkens, Oliver. Digital cookbook : essential recipes for the digital journey of enterprises. First edition. Düsseldorf, Germany: Dirk Krafzig, 2017.
3. Ситник Н.І. Дизайн-мислення: концептуальні засади, переваги і обмеження. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. Вип. 44. С. 43 – 48.
4. Косенко Д.Ю., Вишневецька О.В., Остапик С.В. Дизайн-мислення: теоретичні підстави та критика. *Art and Design*. 2022. №4. С. 43 – 50.
5. Захарченко Н.В. Перспективи розвитку дизайн-мислення в управлінні бізнесом та інноваціями. *Академічний огляд*. 2022. №1 (56). С. 53 – 61.
6. Ситник Н.І., Пермінова С.А., Чупріна М.О. Дизайн-мислення як інструмент організаційного навчання. *Економічний простір*. 2022. №180. С. 148 – 153.
7. Беспалюк Х.М., Процак К.В. Дизайн-мислення як ефективний засіб адаптації до змін. *Journal of Lviv Polytechnic National University*. 2021. Вип. 1. №5. С. 121 – 130.

Казарін М. В.

Магістрант ОПП «Бізнес-економіка», 1 курс,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємства Бойченко К.С.

ВИКОРИСТАННЯ ОГЛЯДОВОГО МЕТОДУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ОЦІНЮВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ІТ-ПРОЕКТІВ

У сфері інформаційних технологій (ІТ), що постійно розширюється, організації в усьому світі інвестують значні кошти в проекти, щоб підвищити свій операційний потенціал і зберегти конкурентоспроможність. Однак оцінка успіху цих ІТ-ініціатив виявляється багатогранною проблемою. У той час як усталені методи пропонують засоби для оцінки фінансових прибутків, внутрішня цінність нематеріальних вигод, що має вирішальне значення в епоху цифрових технологій, часто залишається недосяжною. Post Implementation Review (PIR) стає життєво важливим інструментом у цьому контексті, надаючи унікальну можливість порівняти результати ІТ-проекту з початковими цілями. Заглиблюючись у матеріальні та нематеріальні аспекти, PIR пропонує комплексний підхід до обґрунтування та оцінки інвестицій у ІТ, гарантуючи, що підприємства можуть ефективно вимірювати вплив своїх технологічних зусиль і приймати обґрунтовані рішення на майбутнє.

Обширні дослідження були проведені різними вченими щодо обґрунтування інвестицій в ІТ. Гунасекаран, Лав, Рахімі та Місле [1] створили фундаментальну модель обґрунтування інвестицій в ІТ-проекти, заклавши основу для комплексного аналізу в цій галузі. Кой-Акрофі [2] продовжив це дослідження, проаналізувавши різноманітні методи оцінки, фреймворки та

моделі ІТ-інвестицій. Лав, Гонейм та Ірані [3] заглибилися в тонкощі оцінки ІТ, класифікувавши непрямі витрати, пропонуючи цінне розуміння фінансових аспектів інвестиційних рішень. Гвілім, Дові та Вьєдер [4] зробили свій внесок, досліджуючи політичну динаміку оглядів після впровадження, підкреслюючи соціальні складності, які впливають на обґрунтування інвестицій. Крім того, Вудінгс та Еверетт [5] надали практичні методології та інструменти якості для підтримки обґрунтування після впровадження, пропонуючи відчутні підходи до оцінки результатів ІТ-проекту. Ці дослідження забезпечили повне розуміння багатогранних проблем і стратегій, пов'язаних з обґрунтуванням інвестицій в ІТ-проекти та стали основоположними для цієї роботи під час аналізу проблематики.

Проблема оцінювання інвестицій в ІТ-проекти багатогранна, насамперед через труднощі кількісного визначення як матеріальних, так і нематеріальних вигод. Традиційні методи, такі як рентабельність інвестицій (ROI), часто недостатні, оскільки вони не охоплюють безліч нематеріальних переваг, пов'язаних з інвестиціями в ІТ. Нематеріальні переваги, зокрема покращення відносин із клієнтами та підвищення ефективності бізнесу, важко виміряти, і вони часто не враховуються звичайними методами оцінки. Крім того, унікальність кожної ІТ-інвестиції в поєднанні з різними стратегічними міркуваннями ще більше ускладнює процес. Ця різноманітність вимагає індивідуального підходу, оскільки універсального методу не існує. Процес оцінювання значною мірою залежить від факторів навколишнього середовища, що відображає специфічний контекст, у якому працює організація. Таким чином, універсальна техніка оцінювання не завжди є виправданою. Однак відсутність суворих методів оцінки призвела до випадкового впровадження технологій, іноді без належного обґрунтування, оскільки деякі керівники сприймають інвестиції в ІТ як необхідність для виживання бізнесу. Такий неформальний підхід, який часто керується недеталізованими та ненадійними інструментами, сприяв значним збоям в ІТ індустрії. Таким чином, проблема полягає не лише в комплексному охопленні як матеріальних, так і нематеріальних вигод, але й у розробці методологій оцінки залежно від контексту, які відповідають унікальним вимогам кожного ІТ-проекту, гарантуючи виправданість інвестицій і досягнення успішних результатів.

Процес обґрунтування та оцінювання інвестицій в ІТ-проекти передбачає безліч методів, підходів і фреймворків. Для оцінки нематеріальних вигод використовуються такі методи, як метод аналізу вартості, аналіз загальних витрат і комбінована чиста теперішня вартість, часто покладаючись на суб'єктивні судження та дискусії. Більше шістдесяти різноманітних методів класифікованих на фінансові, методи наукового менеджменту, специфічні для організації та інші методи, усі вони об'єднані спільною метою – оцінити вартість інвестицій у ІТ. Такі фреймворки, як принципи Клемонса та Вебера [1], класифікації управління технологіями Ірані та Лава [3], а також категоризація ІТ-інвестицій Росса та Біта [1] на такі типи, як удосконалення та трансформація процесів, забезпечують структуровані підходи до оцінки ІТ-інвестицій. Крім того, такі спеціалісти, як Рау та Бай [1], окреслюють обсяги цінності ІТ, наголошуючи на таких аспектах, як обмеження витрат і перевага для клієнтів. Ці багатогранні методи та структури разом підкреслюють складність оцінки інвестицій у ІТ. Однак, окрім виправдання інвестицій, важливо визначити фактичний успіх цих інвестицій, враховуючи як фінансові, так і нефінансові параметри. Ця цілісна оцінка має вирішальне значення для того, щоб організації приймали обґрунтовані рішення та постійно вдосконалювали свої інвестиційні стратегії в ІТ у майбутньому.

Методичний підхід Post Implementation Review (PIR) забезпечує комплексний підхід до вимірювання успіху ІТ-проектів і виправдання інвестицій. Призначивши незалежного експерта, вище керівництво забезпечує неупереджену оцінку проекту. Через структуровані

інтерв'ю з керівництвом проекту, персоналом, клієнтами та користувачами рецензент збирає різні погляди на ефективність проекту, зосереджуючись на таких матеріальних і нематеріальних аспектах, як прибутковість, задоволеність клієнтів, дотримання планів і стандартів, розподіл ресурсів і комунікаційні процеси. Ненав'язливе спостереження за системою в дії додатково збагачує вже існуючі метрики. Зібрана інформація ретельно аналізується, виявляючи сильні та слабкі сторони в різних категоріях, таких як визначення потреб клієнтів, оцінка та планування, управлінська підтримка, дотримання стандартів та комунікація. Звіт PIR не лише підтверджує добре реалізовані проекти, але й висвітлює організаційні проблеми, відхилення від поставлених процесів і ключові нематеріальні показники, такі як розмір системи, оцінки часу, рівень дефектів і продуктивність програмного забезпечення. Рекомендації щодо вдосконалення і експериментів створюються на основі аналізу, що веде до практичних ідей для майбутніх проектів. Важливо, що процес PIR сприяє прозорості та підзвітності, надаючи зворотній зв'язок клієнтам та обмінюючись анованими звітами з керівництвом проекту та персоналом, а також окреслюючи конкретні дії для усунення виявлених недоліків, забезпечуючи безперервний цикл перевірки успішності та вдосконалення IT-проектів.

Таким чином, можна стверджувати, що оглядовий метод стає потужним інструментом, який виправдовує інвестицій у IT-проект шляхом ретельної оцінки як матеріальних, так і нематеріальних аспектів. Завдяки своїм структурованим методологіям PIR надає комплексну систему оцінювання, яка виходить за рамки простих фінансових показників, заглиблюючись у різні виміри реалізації проекту. Оцінюючи матеріальні елементи, такі як прибутковість, дотримання бюджету та використання ресурсів, поряд із нематеріальними, такими як задоволеність клієнтів, ефективність спілкування та стратегічне узгодження, PIR дає цілісне уявлення про успіх проекту. Ця ретельна оцінка не тільки кількісно визначає відчутну віддачу від інвестицій, але й розкриває складні верстви нематеріальних переваг, включаючи вдосконалені організаційні процеси, покращені відносини з клієнтами та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Здатність подолати розрив між кількісно вимірюваними та якісними аспектами IT-проектів робить PIR незамінним інструментом для організацій, які прагнуть не лише отримати фінансову вигоду, але й стійке зростання, інновації та досконалість у цифровому середовищі.

Література

1. Gunasekaran, A., Love P. E. D., Rahimi, F., Miele R. A model for investment justification in information technology projects. *International Journal of Information Management*. 2001. Vol. 21, №. 5. P. 349–364.
2. Koi-Akrofi G. Justification for IT Investments: Evaluation Methods, Frameworks, and Models. *Texila International Journal of Management*. 2017. Vol. 3, №. 2. P. 283–293.
3. Love P. E. D., Ghoneim A., Irani Z. Information technology evaluation: classifying indirect costs using the structured case method. *The Journal of Enterprise Information Management*. 2004. Vol. 17, №. 4. P. 312–325.
4. Gwillim D., Dovey K., Wieder B. The politics of post-implementation reviews. *Information Systems Journal*. 2005. Vol. 15, №. 4. P. 307–319.
5. Woodings T., Everett J. A Methodology with Quality Tools to support Post Implementation Reviews. *10th Australasian Conference on Information Systems*. 1-3 Dec. 1999. Victoria University of Wellington. P. 1205–1217.

КРІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Мотивація персоналу залишається актуальною незалежно від часу, оскільки мотивація є ключовим фактором впливу на продуктивність та задоволеність працівників. Незалежно від галузі або розміру компанії, підтримка високого рівня мотивації персоналу є ключовим елементом успіху, саме тому в сучасних умовах бізнес-світ постійно шукає способи підтримки високої мотивації серед своїх працівників, використовуючи нові інструменти, в тому числі КРІ.

Проблеми мотивації персоналу цікавили вчених протягом усієї історії економічної науки. Питаннями мотивації праці займалися як закордонні, так і вітчизняні автори, зокрема: А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, Л. Портер, Е. Лоулер, П. Армстронг, А. Врум, Ф. Херцберг, Б. Моснер, Б. Снідерман, І. Бондар, А. Колот, В. Вітлінський, Герасименко О.О, Маршавін Ю.М., Лопушняк Г. С., Е. Лібанова, Т. Кір'ян, В. Петюх, О. Мітрофанова, Л. Виготський, Г. Костюк, Н. Менчинська, С. Максименко, О. Леонтєв, В. Сухомлинський, М. Дригус, О. Дусавицький, В. Моляко, В. Моргун та інші [1, с. 150].

Мета даної роботи полягає у виявленні та вирішенні проблем, пов'язаних із впровадженням ключових показників ефективності в систему мотивації персоналу на підприємстві.

Ключові показники ефективності – це інструмент вимірювання досягнення поставлених цілей на підприємстві, що показують наскільки ефективно підприємство реалізує свої стратегічні плани.

Ефективна система мотивації персоналу на підприємстві повинна розроблятися з урахуванням специфіки та особливостей самого персоналу та чесної винагороди за їх працю. Зазвичай, винагорода-заробітна плата складається з постійної та змінної частин. Ключові показники ефективності використовуються для розрахунку саме змінної частини зарплати, яка залежить від результатів праці. Після розподілу ключових показників ефективності на верхньому рівні та передачі цих показників на рівні підрозділів та співробітників їх можна пов'язати з винагородою персоналу. Таким чином, керівництво компанії мотивує окремих співробітників до досягнення стратегічних цілей.

Крім цього, ключові показники результативності виконують інші функції, які зокрема:

- дозволяють оцінити роботу кожного працівника чи групи;
- сприяють мотивації персоналу на результат;
- підвищують відповідальність кожного працівника за свою ділянку роботи;
- дають можливість розвивати й удосконалювати найбільш перспективні напрямки на підприємстві;
- надають базу для пошуку "слабких" місць;
- у доступній і зрозумілій формі показують вплив того чи іншого процесу на результат;
- надають зміст кожному управлінському рішення.

Разом з тим, кожен інструмент чи система, якою б вона не була, може мати проблеми при впровадженні. Ключові показники ефективності також мають проблеми при впровадженні на підприємстві. Однією з найрозповсюджених проблем у впровадженні КРІ є не ефективна кадрова політика. Це спричинено нерівністю між рівнем запропонованих оплат за працю

фахівців та якістю/результативністю роботи. Якщо компанія/підприємство хоче досягнути хороших результатів, то має запропонувати фахівцю цікаві умови, що стали б, свого роду, мотивацією для майбутнього працівника.

Також через не ефективну кадрову політику, яка стає наслідком дефіциту кваліфікованого персоналу, є ризик втратити інших працівників, які зазвичай проти впровадження КРІ в організації, тому що, зазвичай, люди бояться змін і не хочуть змінювати звичні методи роботи, турбуються, що з введенням КРІ у них з'явиться більше роботи, з якою вони не впораються, і що через впровадження КРІ їхня заробітна плата зменшиться. Деякі працівники за своєю природою не бажають виходити за межі комфорту змінюватись, пристосовуючись до нових викликів. Тому й необхідна ефективна кадрова політика, яка виявляється в тому, щоб керівник, якому потрібно підготувати працівників до впровадження КРІ зміг донести до них необхідну інформацію, свій досвід та знання, з використанням сучасних методів комунікації. Керівник повинен надати працівникам час проявити терпіння, не виявляти негативних емоцій, підтримувати та заспокоювати їх.

Основні проблеми, з якими зустрічаються управлінці при неправильному впровадженні КРІ стосуються персоналу, а саме його незадоволення. Тому задля збільшення ефективності та задоволеності працівників необхідно виконувати наступні кроки:

- не знижувати заробітну плату, тому що КРІ передбачає разом з оплатою праці додаткову виплату бонусів та премій;
- не завищувати показники КРІ занадто високо, так як вони мають бути реалістичними та здійсненими;
- КРІ має вводитися для всіх співробітників без виключень, щоб уникнути подвійних стандартів;
- нараховувати бонуси прозоро;
- не ставити багато показників, зазвичай не більше 7;
- впроваджувати КРІ співробітників поступово, щоб підвищити мотивацію, а не збити режим роботи [2].

Отже, мотивувати персонал можна за правильного використання ключових показників ефективності. Для цього необхідний висококваліфікований персонал, грамотне формування задач та додаткові інвестиції, які разом дадуть ефективний результат.

Література

1. Рудь В.Ю., Мантур-Чубата О.С. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства. Східна Європа, бізнес та управління м. Хмельницький. 2017. № 6 (11).
2. КРІ співробітників для підвищення ефективності у бізнесі. URL: <https://gincore.net/uk/blog/kpis-of-employees-to-increase-business-efficiency> (дата звернення 09.11)

Красножон О.М.

051 Економіка підприємства, 4 курс,

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Науковий керівник - доктор філософії з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;

старший викладач кафедри бізнес-економіки та підприємництва Якушева Н.В.

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інвестиції є життєво важливим чинником для розвитку та конкурентоспроможності

підприємств у сучасному світі. Для того, щоб залучати інвестиції та забезпечувати стаке економічне зростання, підприємствам потрібно активно працювати над підвищенням своєї інвестиційної привабливості. Цей процес передбачає комплексний підхід та ретельне планування.

Метою дослідження є аналіз теоретичних та методологічних аспектів підвищення інвестиційної привабливості підприємств.

Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств характеризуються зростаючою конкуренцією, що стимулює пошук нових інноваційних підходів до розвитку бізнесу. Досвід світових лідерів підтверджує, що досягнення стратегічних цілей і створення конкурентних переваг тісно пов'язані з успішним використанням комплексу факторів інвестиційної привабливості. На сьогоднішній день розвиток підприємств України можливий лише за умови підвищення їх привабливості для інвестицій. Однак існуючі методики мають свої особливості і не завжди можуть бути застосованими для всіх підприємств. Тому виникає питання про актуальність дослідження існуючих методів оцінки інвестиційної привабливості конкретного підприємства.

Дослідженню проблеми щодо підвищення інвестиційної привабливості підприємства присвячено праці таких відомих учених, як І. Бланк [1], А. Загородній [2], О. Коюда [3], Г. Соболева [4], Л. Савчук [5], І. Сазонець [6], О. Ситник [7], О. Ястремська [8] та ін. Незважаючи на коло питань, охоплених дослідженням, відзначимо, що деякі питання цього напряму потребують подальшого дослідження.

Інвестиційна привабливість підприємства - це важливий фактор для успішного залучення інвестицій. Вона визначається низкою факторів, включаючи фінансовий стан, ринковий потенціал, якість управління, ризик та інновації. [1]

Інвестиційна привабливість підприємства - це сукупність характеристик, які роблять його привабливим для інвесторів. Інвестори, приймаючи рішення про вкладення коштів в підприємство, враховують такі фактори, як:

- Фінансовий стан: прибутковість, ліквідність, рентабельність активів.
- Ринковий потенціал: розмір ринку, конкурентна перевага, можливість зростання.
- Якість управління: досвід і кваліфікація менеджерів, стратегія розвитку.
- Ризик: можливі фінансові, ринкові та юридичні ризики.
- Інноваційність: здатність підприємства впроваджувати нові технології. [9]

Існує кілька методів оцінки інвестиційної привабливості підприємства, які можна умовно поділити на:

- Фінансово-економічний метод, який базується на аналізі фінансових показників підприємства.
- Холістичний (цілісний) метод, що передбачає комплексний аналіз всіх аспектів діяльності підприємства, включаючи фінансовий стан, ринковий потенціал, якість управління, ризик та інновації.

Найбільш поширеним методом оцінки інвестиційної привабливості підприємства є фінансово-економічний метод. Він базується на розрахунку таких показників, як ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, прибутковість та ділова активність.

Інтегральний показник інвестиційної привабливості підприємства є одним з найпоширеніших методів фінансово-економічного аналізу. Він розраховується на основі узагальнюючих показників стану власності, фінансової стійкості, ліквідності, рентабельності та ділової активності.

Холістичний метод оцінки інвестиційної привабливості підприємства дозволяє більш

комплексно оцінити його привабливість для інвесторів. Він базується на експертних оцінках, а також на аналізі таких факторів, як ринковий потенціал, якість управління, ризик та інновації. [10]

Вибір методу оцінки інвестиційної привабливості підприємства залежить від цілей інвестора та доступної інформації.

Інвестиційна діяльність підприємства передбачає ряд етапів, таких як аналіз інвестиційних можливостей, вибір інвестиційного об'єкта, оцінка фінансової привабливості, підготовка бізнес-плану, фінансування інвестицій, реалізація інвестицій, моніторинг і управління ризиками, оцінка результатів. [6]

Для підвищення інвестиційної привабливості підприємства необхідно дотримуватися таких принципів:

- Формування фінансових умов і можливостей для інвестування.
- Забезпечення єдності інтересів всіх учасників процесу інвестування.
- Нормативне регулювання процесів інвестування.
- Проведення обов'язкового конкурсного відбору інвестиційних програм і проєктів.
- Активне залучення як вітчизняних, так і іноземних інвесторів.
- Раціональне сполучення фінансових, інвестиційних, інноваційних, природно-екологічних і економічних умов і факторів.
- Досягнення позитивного економічного та фінансового результатів.

Для залучення іноземних інвестицій необхідно удосконалити інвестиційну політику держави, створити дієвий механізм залучення іноземного капіталу та забезпечити соціально-економічну стійкість та платоспроможність підприємства. Інвестиційна політика держави повинна бути направлена на залучення іноземних інвестицій шляхом врахування інтересів, як іноземних так і вітчизняних інвесторів. [6]

Механізм залучення іноземного капіталу для підприємств повинен включати такі важелі:

- Створення сприятливого інвестиційного клімату.
- Забезпечення захисту прав іноземних інвесторів.
- Надання податкових пільг та інших стимулів для іноземних інвесторів. [11]

З метою підвищення інвестиційної привабливості підприємств необхідно забезпечити механізми впровадження технологій та захисту прав на їх використання, сприяти комерційному використанню результатів інноваційної діяльності, заохочувати розвиток інноваційних ідей та впровадження їх у виробничий процес, створити електронну інноваційну біржу, допомога компаніям інноваційного сектору в підготовці інвестиційних планів та інвестиційних проєктів.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства є важливим фактором для успішного залучення інвестицій. Підприємствам необхідно постійно працювати над покращенням своїх фінансових показників, розвитком ринкового потенціалу, підвищенням якості управління, зниженням рівня ризику та впровадженням інновацій для підвищення інвестиційної привабливості.

В свою чергу держава повинна створити сприятливі умови для інвестиційної діяльності, зокрема, забезпечити захист прав інвесторів, надати податкові пільги та інші стимули для інвестицій, а також сприяти розвитку інноваційної інфраструктури.

Література

1. Бланк І.О. Управління інвестиціями підприємства. Київ : Ніка-Центр, 2003. С. 83–93.
2. Загородній А.Г., Вознюк Г.А., Партин Г.О. Інвестиційний словник : навчальний

посібник. Львів : Бескид Біт, 2005. 512 с.

3. Коюда О.П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Харків, 2003. 20 с.

4. Соболева Г.Г. Сутність управління інвестиційною привабливістю підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/17_2018/62.pdf. (Дата звернення: 29.09.2023).

5. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства : монографія / Л.М. Савчук та ін. Дніпро : Журфонд, 2019. 420 с.

6. Сазонець І.Л., Федорова В.А. Інвестування: міжнародний аспект : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 272 с.

7. Ситник О.В. Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства та її характеристики. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 23. С. 127–130. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_23_27 (Дата звернення: 28.09.2023).

8. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2003. 488 с.

9. Яцух О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. Гроші, фінанси і кредит. 2018. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/35.pdf. (Дата звернення: 29.09.2023).

10. Пилипенко О.І. Методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства: макро- і мікроекономічний аспекти. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. 2009. № 4(50). С. 120-127.

11. Шпортко Г. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості промислового підприємства. Ефективна економіка. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_11_71. (Дата звернення: 29.09.2023).

Пічкур К.С.

Студентка 4 курсу спеціальності 051 «Економіка підприємства»

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - д.е.н. проф., зав. кафедри бізнес-економіки та підприємництва Репіна І.М.

«ЗЕЛЕНІ» БІЗНЕС-ІДЕЇ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ РИНКОВОЇ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах обмеженості ресурсів промислові підприємства зіштовхуються з проблемою постійної необхідності знаходження нових активів для реалізації підприємницької діяльності, а також стратегії, що дозволить забезпечити зростання ринкової капіталізації компанії та зберегти її конкурентоспроможність на ринку. Господарюючі суб'єкти по всьому світу наразі шукають способи подолання даної проблеми, використовуючи, наприклад, новітні технології виробництва задля зменшення матеріаломісткості продукції або провадять екологізацію господарської діяльності, тобто вживають заходів для зменшення впливу на навколишнє середовище, контроль та мінімізація викидів тощо [1, с. 299]. У цьому контексті, впровадження «зелених» бізнес-ідей може бути важливим фактором зростання ринкової капіталізації підприємств, оскільки вони дозволяють не лише раціоналізувати використання ресурсів, але й залучати нові або альтернативні активи, що сприяє підвищенню якості продукції, сталому розвитку підприємства та підтримці його конкурентоспроможності.

Основною негативною вагою даного фактору є певна складність в розумінні взаємозалежності між збільшенням ринкової вартості (капіталізації) підприємства та «зеленими» бізнес-ідеями на виробництві, що окреслює необхідність дослідження цього сполучення.

Сутність поняття «бізнес-ідея» полягає у концепції, або плані започаткування підприємства або реалізації нового бізнес-проєкту, який передбачає створення продукту, надання послуги або реалізацію інноваційної ідеї з метою отримання прибутку. Як зазначалось, в межах даної роботи дане поняття аналізується як передумова бізнес-проєкту на вже функціонуючому підприємстві. «Зелені» бізнес-ідеї можна також назвати екологічно орієнтованими; бізнес-ідеями, що виникають в межах «зеленої економіки». Загальноприйнятним визначенням терміну «зелена економіка» є наступне: «економіка, що покращує добробут людей та забезпечує соціальну справедливість, при цьому суттєво знижуючи ризики для навколишнього середовища та не допускаючи його деградації» [2].

Тривалий час діяльність підприємства на користь екології в рамках розробки та реалізації «зелених» бізнес-ідей на перший погляд видавалася лише додатковими витратами, які необхідно нести компанії не через її свідомість та прагнення до збереження позитивного стану навколишнього середовища, а задля підтримання репутації підприємства. Проте завдяки систематичному, поступовому розвитку та аналізу світових практик реалізації бізнес-проєктів з екологізації виробництва доведено, що промислові підприємства отримують не тільки пряму, а й опосередковану користь. До першої відносять вигоду у формах довгострокової економії витрат виробництва. Непряма, або ж опосередкована, користь полягає у зниженні навантаження на довкілля шляхом зменшення його забруднення, що в свою чергу мінімізує ризик сплати штрафів за порушення екологічних норм ведення господарської діяльності, а також у формуванні екологічного іміджу, а отже й успішному залученні інвесторів.

До «зелених» бізнес-проєктів можна віднести проєкти з:

- 1) переходу підприємства до використання відновлюваних джерел енергії (створення та експлуатація альтернативних джерел енергії, таких як сонячні панелі, вітрові турбіни, гідроелектростанції тощо);
- 2) розробки та впровадження технологій, які дозволяють зменшити споживання енергії в будівництві, промисловості, транспорті та господарстві;
- 3) інноваційних рішень у сфері відновлення природних екосистем;
- 4) рециклінгу: реалізація проєктів, спрямованих на переробку відходів, їхнє повторне використання, зменшення викидів токсичних речовин у довкілля тощо.

Серед зазначених категорій «зелених» бізнес-проєктів останні, на нашу думку, є більш актуальними для реалізації. Як аргумент до цього, наводимо дані щодо капіталовкладень вітчизняних підприємств у сфері поводження з відходами (рисунки 1).

Бачимо, що в середньому чверть загального обсягу інвестицій у сферу охорони довкілля здійснена саме у рециклінг. Також з наведених даних видно, що у 2020 році відбувся спад обсягу інвестицій «зеленого» спрямування. Це безпосередньо пов'язано з переспрямуванням вільних коштів підприємств на пристосування до умов пандемії Covid-19. «Оговтавшись» промисловий сектор знов інвестує в свою екологізацію.

У 2022 році в рейтингу країн світу за індексом екологічної ефективності Україна посіла 52 місце з індексом 49,6 і середнім приростом за останні 10 років в 6,2 пунктів [4], що також свідчить про стрімко зростаючу спрямованість вітчизняних підприємств до екологізації. Дана статистика доводить, що «зелені» бізнес-проєкти відіграють дедалі більшу роль у напрямках інвестиційної діяльності підприємств, що паралельно є показником високого рівня інвестиційної привабливості проведення інноваційної екологізації виробництв. Інвестори все

більше шукають можливості для інвестування в «зелені» проекти, що сприяє збільшенню капіталізації компанії.

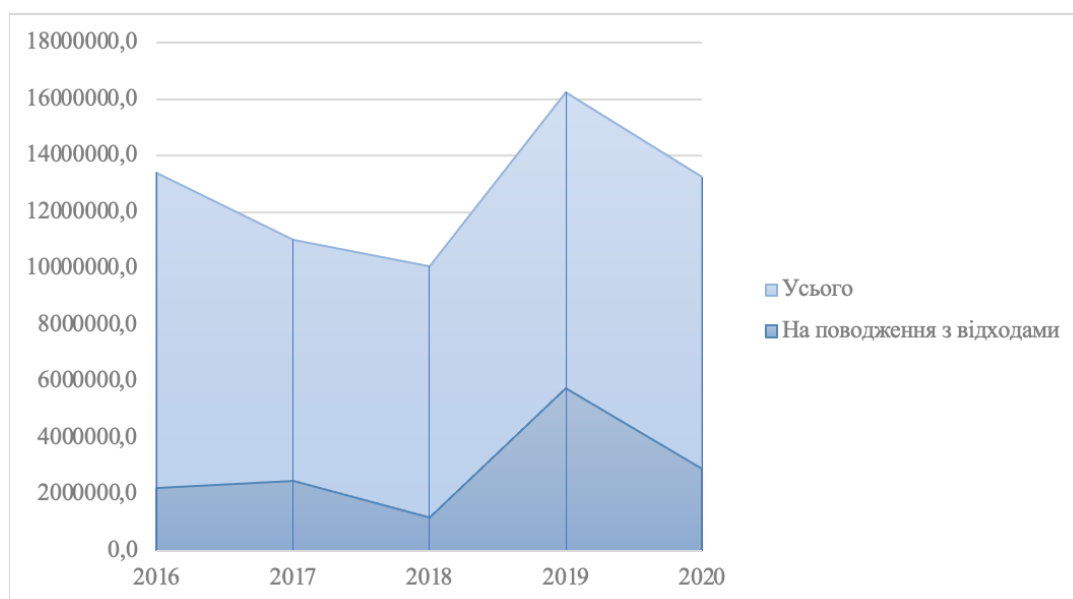


Рисунок 1 - Витрати підприємств на поводження з відходами в складі капітальних інвестицій на охорону навколишнього середовища, тис.грн.
Джерело: побудовано автором на основі [3]

Підсумовуючи можна сказати, що впровадження «зелених» бізнес-ідей здебільшого завжди гарантує підприємству збільшення його ринкової капіталізації завдяки зменшенню ризиків витрат, пов'язаних з можливими екологічними порушеннями в межах виробничої діяльності суб'єкта господарювання; підвищенню рівня конкурентоспроможності за рахунок «зелених» характеристик, таких як підвищення якості продукції, її наукомісткості; забезпеченню доступу до ринків з чіткими екологічними стандартами та залученню інвестицій.

Література

1. Михайлов, А. М., Михайлова, Л. І., Стоянець, Н. В., Буднік, Д. Ю. Конкурентоспроможність підприємств: передумови екологізації. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*, No 3. 2020. с. 296-302.
2. Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication. «До зеленої економіки: шляхи до сталого розвитку та викорінення бідності» UNEP. URL: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/126GER_synthesis_en.pdf
3. Державна служба статистики України. Навколишнє середовище. Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища за видами економічної діяльності з розподілом за видами природоохоронних заходів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Wolf, M. J., Emerson, J. W., Esty, D. C., de Sherbinin, A., Wendling, Z. A., et al. 2022 Environmental Performance Index. New Haven, CT: Yale Center for Environmental Law & Policy. URL: <https://epi.yale.edu/epi-results/2022/component/epi>

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ ВІД ЧАС ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ В УКРАЇНІ

Повномасштабне вторгнення в Україну не тільки призвело до втрати територій, людських життів та інфраструктури, але й суттєво погіршила економічну ситуацію в країні. У таких складних умовах питання підвищення результативності бізнесу стає особливо актуальним та важливим. Від того, як підприємства зможуть адаптуватися, вдосконалити свої стратегії та ефективно управляти ресурсами, залежить їхнє виживання та подальший розвиток.

Під результативністю можна розуміти як ефективність у формулюванні цілей з урахуванням зовнішніх та внутрішніх обставин функціонування і досягати бажаних результатів за мінімізації витрат, або як здатність досягати встановлених цілей при оптимізації витрат. Також результативність бізнесу можна визначити як ступінь досягнення поставлених цілей та задоволення потреб клієнтів, співробітників, власників та інших зацікавлених сторін. [3]

Метою цього дослідження є виявлення та аналіз шляхів підвищення результативності бізнесу під час війни в Україні.

Бізнес під час війни є предметом дослідження різних наукових дисциплін, таких як економіка, менеджмент, маркетинг, психологія, соціологія та інші. Основні питання, які порушуються в літературі, стосуються впливу війни на бізнес-середовище, поведінку споживачів, конкурентоспроможність підприємств, інноваційну активність, корпоративну соціальну відповідальність, організаційну культуру, мотивацію та стрес персоналу тощо. Загалом, література свідчить, що війна є фактором, який суттєво знижує результативність бізнесу, але також створює можливості для адаптації та соціального впливу. Дослідники аналізують попередні воєнні конфлікти, вивчають кейси успішних та невдалих підприємств, і розробляють рекомендації та стратегії для підприємств, що бажають досягти успіху.

Питанням дослідження категорії «результативність діяльності підприємства» та її підвищення присвячено безліч наукових досліджень та публікацій такими українськими авторами, як: Кизимом М.О., Тищенком О.М., Головим С.Ф., Олексюком О.І., Дарміць Р.З. та іншими.

Для досягнення мети дослідження було проведено аналіз наукової літератури, статистичних даних, експертних оцінок та кейси з українського бізнесу. На основі аналізу було виділено та систематизовано шляхи підвищення результативності бізнесу під час війни в Україні. Основні шляхи можна виділити такі:

Збільшення рівня ресурсності та інноваційності бізнесу, які дозволять йому ефективніше використовувати та розвивати свої ресурси та можливості, а також створювати нові продукти та послуги, які відповідають потребам та очікуванням клієнтів в умовах війни.

Ресурсність бізнесу означає його здатність ефективно використовувати та розвивати свої ресурси та дозволяє йому забезпечити свою конкурентоспроможність, стабільність, рентабельність та зростання в умовах війни, які створюють різні обмеження, ризики, невизначеності та загрози для його діяльності. Для підвищення рівня ресурсності бізнесу застосовуються зазвичай такі заходи: оптимізація використання ресурсів, диверсифікація

ресурсів, інтеграція ресурсів або трансформація ресурсів. [2] Щодо інноваційності бізнесу означає його здатність створювати нові або покращувати існуючі продукти, а для її підвищення можна обрати такі заходи: стимулювати творчість та ініціативи працівників, формування культури та клімату інноваційності, а також залучення до процесу інновацій різних зовнішніх джерел. [4]

Наступний варіант підвищення результативності це посилення рівня співпраці та партнерства бізнесу з різними інституціями та стейкхолдерами, які впливають на його діяльність, а також можуть надати йому додаткову підтримку та ресурси, які необхідні для його функціонування та розвитку в умовах війни. Співпраця та партнерство бізнесу дозволяють йому забезпечити свою легітимність, довіру, прозорість, соціальний капітал та вплив в умовах війни, які створюють різні конфлікти, протиріччя, вимоги та очікування для його діяльності. Для посилення рівня співпраці та партнерства найкраще використовувати такі методи: розробка та реалізація стратегії та планів співпраці, аналіз даного рівня співпраці та забезпечення ефективної комунікації. [1]

Останні та найважливіший варіант підвищення є покращення рівня соціальної відповідальності та репутації бізнесу, які дозволять йому покращити свої відносини з суспільством, державою, міжнародною спільнотою тощо, а також внести свій вклад у мирне врегулювання конфлікту та відновлення територій, які постраждали від війни. А саме: Здійснення та підтримка різних соціальних проектів та програм, застосування різних екологічних практик та ініціатив, які спрямовані на зменшення та компенсацію негативного впливу бізнесу на довкілля, створення бренду, символів, слоганів, логотипів тощо, які відображають ідентичність бізнесу.

Отже, бізнес в умовах війни в Україні зіткнувся з різними викликами, загрозами, ризиками та невизначеністю, які вимагають від нього гнучкості та адаптації. Для цього існує досить багато методів від зміни стратегії до покращення співпраці з працівниками, стейкхолдерами, або клієнтами, крім того без інновацій сучасний бізнес не зможе існувати. В залежності від галузі бізнесу потрібно обирати свої методи для покращення результативності, адже кожна галузь реагує на війну по різному.

Література

1. Peek S. How to Increase Business Productivity. business.com. URL: <https://www.business.com/articles/five-ways-to-increase-business-productivity/> (date of access: 11.11.2023).
2. Економічна правда. Як збільшити ефективність бізнес-процесів у кризу. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/09/12/704228/> (дата звернення: 11.11.2023).
3. Прокоф'єва К.В. Теоретична сутність економічної категорії "ефективність діяльності підприємства". Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. 2013. Вип. 6. Т. 2. С. 255-258.
4. Ворона А. Інноваційна активність підприємств як перспектива розвитку національної економіки України. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf (дата звернення: 11.11.2023).

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАЛОГО БІЗНЕСУ

В сучасному світі, малий бізнес відіграє важливу роль та є драйвером у глобальній економіці, сприяючи створенню робочих місць та забезпеченню різноманітності продуктів і послуг. Однак малі підприємства часто зіткнулися з викликами, пов'язаними з управлінням операційною діяльністю, які вимагають інноваційних та ефективних підходів. Дана тематика відображає актуальність проблеми та її важливість у контексті сучасного підприємництва.

Проблема полягає в тому, що операційна діяльність малого бізнесу пов'язана з рядом викликів, таких як ефективність виробництва, управління запасами, ланцюгом постачання, а також забезпечення високої якості продукції та задоволення потреб клієнтів. Вирішення цих проблем вимагає нових підходів та стратегій управління операціями.

Метою дослідження є огляд та аналіз сучасних підходів до управління операційною діяльністю малого бізнесу з метою ідентифікації та обґрунтування ефективних стратегій. Ми розглянемо практичні приклади та підходи, які вже успішно застосовуються в різних країнах, зокрема в США та Німеччині, і розглянемо можливості їхнього впровадження в українському контексті.

Актуальність доповіді полягає в тому, що успішне управління операційною діяльністю малого бізнесу має прямий вплив на його конкурентоспроможність та стабільність. Ми надаємо практичні рекомендації та підходи, які можуть допомогти українським підприємцям покращити управління своєю операційною діяльністю та досягти успіху на ринку.

Огляд сучасної літератури свідчить про значущий інтерес до питань управління операційною діяльністю малого бізнесу та розробки нових підходів до вирішення цих завдань. Сучасні підходи до управління операційною діяльністю малого бізнесу включають в себе стратегії з удосконалення процесів та забезпечення якості. У книзі Девіда Андерсона "Kanban: Successful Evolutionary Change for Your Technology Business" детально розглядається методика Kanban, яка може бути застосована для покращення операційного управління в малих підприємствах. Цей метод дозволяє досягнути більшої ефективності, зменшити витрати та забезпечити більшу гнучкість виробництва [1, с. 207].

Також, згадуючи світовий досвід, важливо відзначити підходи до управління операціями в розвинених країнах, таких як Німеччина, де домінує акцент на якості та точності виробництва. Один із відомих підходів - система управління якістю за стандартами ISO, яка дозволяє малим підприємствам підвищити якість своєї продукції та послуг та отримувати конкурентні переваги на ринку [2, с. 88-90].

Подібні дослідження та публікації демонструють різноманітність підходів до управління операційною діяльністю малого бізнесу та їхню актуальність для підприємств різних галузей та розмірів. Загальний аналіз фахової літератури вказує на необхідність інтеграції сучасних підходів та методів до управління операційною діяльністю для досягнення успіху та конкурентоспроможності малого бізнесу в умовах глобальної економіки.

Дослідження сучасних підходів до управління операційною діяльністю малого бізнесу розкривають важливість цієї теми та її актуальність у сучасному світі підприємництва. Важливо виділити наступні результати дослідження:

Вплив цифрових технологій та інновацій: у сучасному світі цифрові технології відіграють ключову роль у управлінні операційною діяльністю малого бізнесу. За допомогою автоматизації процесів, використанням аналітики даних та інших інструментів, малі підприємства можуть підвищити ефективність та знизити витрати виробництва. Це особливо важливо у сучасних умовах глобальної конкуренції [3, с. 58-70].

Управління ланцюгом постачання: Спрощення та оптимізація ланцюга постачання грають важливу роль у забезпеченні сталості та надійності поставок для малих підприємств. Дослідження показують, що управління ланцюгом постачання може сприяти зменшенню запасів, підвищенню якості продукції та задоволенню потреб клієнтів [4, с. 17].

Застосування методики Kanban та Lean управління: Дослідження свідчать про успішне впровадження методики Kanban та Lean управління в малих підприємствах. Ці методи допомагають знизити втрати, оптимізувати процеси та покращити якість продукції.

Управління якістю та процесами: Важливість управління якістю та процесами в операційній діяльності малого бізнесу не може бути недооцінене. Дослідження підтверджують, що компанії, які активно впроваджують системи управління якістю, мають конкурентні переваги та отримують задоволення клієнтів.

Міжнародний досвід та можливості для України: Результати дослідження свідчать, що світовий досвід управління операційною діяльністю може бути корисним для України. Адаптація сучасних підходів та методів з інших країн може допомогти українським малим підприємствам покращити їхню конкурентоспроможність та ефективність.

Загальні результати дослідження вказують на те, що сучасні підходи до управління операційною діяльністю малого бізнесу пропонують інструменти та стратегії, які можуть значно поліпшити його продуктивність та конкурентоспроможність. Для досягнення успіху в сучасному важкому підприємницькому середовищі, малі підприємства повинні бути готові впроваджувати нові технології, вдосконалювати процеси та забезпечувати високу якість своєї продукції та послуг.

Як висновок, можемо сказати, що сучасні підходи до управління операційною діяльністю малого бізнесу є важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємств. Вони надають можливість використовувати цифрові технології, оптимізувати процеси та підвищувати якість продукції.

Пропонується активно вивчати та адаптувати кращі практики та стратегії з інших лідируючих країн, таких як США та Німеччина, для впровадження їх в українському малому бізнесі. Важливо створити сприятливе середовище для інновацій та цифрового розвитку, щоб малі підприємства могли успішно впроваджувати сучасні підходи до управління операційною діяльністю.

Застосування сучасних підходів до управління операційною діяльністю може сприяти підвищенню ефективності та стабільності малого бізнесу в Україні та зробити його більш конкурентоспроможним на міжнародному ринку. Варто активно досліджувати та впроваджувати сучасні технології та методи, такі як штучний інтелект та роботизація, щоб забезпечити стале зростання та успіх малого бізнесу в Україні.

Література

1. D. J. Anderson, Kanban: Successful Evolutionary Change for Your Technology Business, 2010. 207 p.

2. Калашнікова Х. І. Управління якістю: конспект лекцій, Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2023. С. 88-90.
3. Скопенко, Н. С. Застосування сучасних інформаційних систем і технологій в управлінні з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств / Н. С. Скопенко, І. В. Євсєєва-Северина // Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2020. Т. 26, № 4. С. 58-70.
4. Chopra, S., & Meindl, P., Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 2020. 17 p.

Савранська А.В.

*студентка 5-го курсу, факультет економіки та управління
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана
Науковий керівник - канд.екон.наук, доц. Теплюк М.А.*

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДОВИХ ІМІДЖЕВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Індустрія гостинності за останні кілька десятиліть зазнала значних змін. Клієнти стали більш вимогливими і очікують від готелів високих стандартів обслуговування. Успіх готельного бізнесу значною мірою залежить від іміджу готелю. Імідж готелю формується з багатьох складових, таких як місце розташування, пропоновані послуги і зручності, зовнішній вигляд і внутрішня атмосфера, кваліфікація персоналу та ін. Імідж є важливим фактором у сучасному світі, і його значення постійно зростає.

У зв'язку з цим керівники готелів повинні змінити свій підхід до управління бізнесом. Вони повинні зосередитися на розробці і підтримці конкурентоспроможного стану готельної інфраструктури. Готельна інфраструктура є основою для створення ефективного бізнесу, і на неї покладається основна відповідальність за успіх готелю.

У науковій літературі існує широкий спектр підходів до визначення іміджу підприємства та його формування. Дослідники з різних країн та галузей пропонують різні визначення та моделі іміджу. Однак, незважаючи на значні досягнення в цій галузі, деякі питання все ще залишаються предметом дискусій. Одним із таких питань є визначення складових структури сприятливого іміджу підприємства [1].

У сфері маркетингу послуг виділяють чотири характерні особливості готельних послуг: невідчутність, невіддільність від джерела, непостійність якості і незбереження [2].

Невідчутність. На відміну від товарів, які можна побачити, помацати, спробувати на смак, послуги можна відчути лише під час їх споживання. Готельний номер можна побачити лише ззовні, а відчутти його можна лише після того, як зайдете всередину. Коли гість покидає готель, він не може взяти з собою нічого матеріального, крім спогадів про своє перебування. Щоб зменшити невизначеність, пов'язану з невідчутністю послуг, клієнти звертають увагу на такі фактори, як зовнішній вигляд готелю, чистота і порядок в номерах, ввічливість персоналу та ін. Ці фактори дозволяють клієнтам скласти перше враження про якість послуг готелю.

Ось деякі конкретні приклади невідчутності послуг у сфері гостинності:

- Якщо гість телефонує в готель, він може оцінити зовнішній вигляд готелю по тому, як звучить голос оператора. Якщо оператор ввічливий і компетентний, це може створити позитивне враження про готель.
- Коли гість приїжджає в готель, він може оцінити його зовнішній вигляд. Якщо готель чистий і добре облаштований, це також може створити позитивне враження.

- Коли гість заселяється в номер, він може відчутти його атмосферу. Якщо номер чистий і комфортний, ви будете задоволені своїм вибором

- Якщо гість користується послугами готелю, наприклад, їсть в ресторані або користується басейном, він також може оцінити їх якість.

Невіддільність від джерела і об'єкта. Готельні послуги надаються в присутності і того, хто їх надає, і того, хто їх отримує. Це означає, що клієнт і персонал готелю є невід'ємною частиною процесу надання послуги. Персонал готелю відповідає за те, щоб гість відчув себе комфортно і задоволено під час свого перебування в готелі. Ще один аспект поняття "невіддільності" полягає в тому, що не тільки службовці, але й клієнти повинні знати умови, при яких може бути надана конкретна послуга.

Ось деякі конкретні приклади того, як невіддільність від джерела і об'єкта проявляється в готельному бізнесі:

- Якщо гість бронює номер у готелі, він фактично бронює не просто номер, а взаємодію з персоналом готелю.

- Якщо готель пропонує послугу доставки їжі в номер, клієнт повинен знати, в які години ця послуга доступна.

- Якщо готель пропонує послугу прання, клієнт повинен знати, які речі можуть бути прийняті для прання.

Мінливість якості. Якість послуг сфери гостинності може сильно відрізнятись в залежності від того, хто їх надає, коли і за яких умов. Цей фактор називається мінливістю якості. Мінливість якості послуг має кілька причин. По-перше, послуги надаються і споживаються одночасно, що обмежує можливості контролювати їх якість. По-друге, коливання попиту ускладнюють підтримку якості обслуговування на одному рівні, особливо в пікові періоди. По-третє, якість обслуговування часто залежить від поточного стану службовця, який надає послугу. Мінливість якості послуг є однією з основних причин невдоволення клієнтів. Клієнти очікують, що послуги будуть надаватися на високому рівні, незалежно від того, хто їх надає, коли і за яких умов.

Ось деякі конкретні приклади мінливості якості послуг у сфері гостинності:

- В одному готелі номери можуть бути чистими і охайними, а в іншому - брудними і неохайними.

- В одному ресторані обслуговування може бути швидким і якісним, а в іншому - повільним і неякісним.

- В одному туроператорі можуть бути організовані цікаві і захоплюючі тури, а в іншому - нудні і одноманітні.

Щоб зменшити мінливість якості послуг, підприємствам сфери гостинності необхідно впроваджувати системи управління якістю. Ці системи спрямовані на забезпечення того, щоб послуги завжди відповідали очікуванням клієнтів.

Незбереженість. Готельні послуги не можна зберігати. Якщо готель не заповнений, він не може заробити на цих номерах. Ця особливість готельних послуг вимагає від підприємств ефективного управління попитом і пропозицією. Готелі повинні розробляти стратегії, які дозволять їм заповнити номери в періоди низького попиту.

Ось деякі конкретні приклади того, як незбереженість проявляється в готельному бізнесі:

- Готелі часто пропонують знижки або безкоштовне проживання в разі бронювання на тривалий термін. Це допомагає заповнити номери в періоди низького попиту.

- Готелі можуть пропонувати спеціальні пакетні пропозиції, які включають проживання, харчування та інші послуги. Це також допомагає заповнити номери в періоди низького попиту.

Загалом, підприємства сфери гостинності повинні усвідомлювати чотири характерні особливості своїх послуг і розробляти стратегії, які б дозволяли їм мінімізувати їх вплив.

Щоб зменшити невизначеність, пов'язану з невідчутністю послуг, підприємствам сфери гостинності необхідно використовувати такі методи, як:

1. створення позитивного першого враження про послуги, наприклад, за допомогою якісного веб-сайту або зручного бронювання;
2. надання інформації про послуги, наприклад, за допомогою фотогалерей, відео та відгуків клієнтів.

Щоб зменшити вплив невіддільності від джерела і об'єкта послуг, підприємствам сфери гостинності необхідно:

1. забезпечити високий рівень підготовки та професійності персоналу;
2. розробити стандарти обслуговування, які б забезпечували однаковий рівень якості послуг для всіх клієнтів.

Щоб зменшити мінливість якості послуг, підприємствам сфери гостинності необхідно:

1. розробити і впровадити системи управління якістю;
2. проводити навчання персоналу з питань надання якісних послуг.

Щоб зменшити вплив незбереженості послуг, підприємствам сфери гостинності необхідно:

1. розробити стратегії ціноутворення, які б стимулювали споживання послуг у періоди низького попиту;
2. пропонувати додаткові послуги, які б підвищували цінність послуг для клієнтів, наприклад, безкоштовні сніданки або Wi-Fi.

Впровадження цих стратегій дозволить підприємствам сфери гостинності підвищити рівень задоволеності клієнтів і забезпечити їхню конкурентоспроможність.

Література

1. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. *Економіка та держава*. 2009. №9. С. 59–61.
2. Размолодчикова І. В. ІМІДЖ - ШЛЯХ ДО УСПІХУ. *Educational Dimension*. 2022. Т. 29. С. 316–320. URL: <https://doi.org/10.31812/educdim.4959> (дата звернення: 10.11.2023).

Цюрукало А. С.

Бізнес-економіка, 1 курс магістратури

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - к.е.н, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва, Малярчук О. Г.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

У сучасному світі перехід до цифрових технологій став необхідністю, яку кожне підприємство повинно враховувати, оскільки представники бізнесу все частіше звертаються до віртуальних просторів для привертання більше клієнтів. Отже, діджиталізація бізнес-

процесів стає невід'ємною частиною стратегії, щоб забезпечити ефективну та продуктивну діяльність у цифровому форматі.

В теперішній час, діджиталізація стає ключовим стимулом для інноваційної діяльності, оскільки вона відкриває нові можливості для впровадження інноваційних рішень та формування нових бізнес-моделей. Цей процес дозволяє не лише створювати цифрові продукти та сервіси, але і задовольняти зростаючі потреби споживачів, які стають більш вимогливими та очікують інноваційних та персоналізованих рішень у контексті розвитку економіки [1, с.3].

На нашу думку, це процес створює низку переваг для сучасних організацій. Одним із основних плюсів діджиталізації є підвищення ефективності бізнес-процесів. Автоматизація та оптимізація завдань, які раніше вимагали значних людських ресурсів, дозволяють підприємствам витратити менше часу і зусиль на виконання рутинних завдань, забезпечуючи тим самим вищу продуктивність та якість продукції чи послуг.

Другорядна перевага діджиталізації - швидкість реакції на зміни ринкового середовища. Цифрові технології надають підприємствам можливість отримувати та аналізувати дані миттєво, що дозволяє швидко реагувати на зміни у споживчому попиті та конкурентному середовищі. Гнучкість, яку забезпечує цифрова трансформація, стає ключовим чинником у забезпеченні конкурентоспроможності сучасного підприємства.

На думку сучасних науковців, трансформації в діяльності компаній можуть проходити за двома сценаріями: IT Transformation – це заповнення прогалів між бізнес-функціями та Digital Transformation Service, що пов'язаний із покращеннями існуючих процесів, які раніше були переведені в цифровий простір, але потребують ряду вдосконалень, базуючись на даних аналізу за певний проміжок часу [2, с.6].

При цьому, врахуємо, що для більшості сучасних підприємств актуальним та доступним є останній варіант – діджиталізації основних бізнес процесів. Подібний підхід створює додаткову цінність компанії, додаткові конкурентні переваги – необмежені можливості комунікацій, продажу, залученні спеціалістів, брендингу, контролінгу, доступ до цифрових баз даних та інше

Діджиталізація також є каталізатором інновацій. Вона створює підґрунтя для впровадження новаторських рішень та розвитку нових бізнес-моделей. За допомогою цифрових технологій компанії можуть ефективніше взаємодіяти з клієнтами, впроваджувати персоналізовані підходи та швидко адаптуватися до змін у вимогах ринку.

Іншим не менш важливим аспектом впровадження подібного підходу є збільшення доступності та зручності для клієнтів через цифрові канали комунікації. Відкриваючи нові можливості для взаємодії з клієнтами через онлайн-платформи та мобільні додатки, підприємства не лише полегшують доступ до своїх продуктів і послуг, але й створюють додатковий канал для залучення нових клієнтів.

Варто розглянути шляхи як саме цифровізація може бути інтегрована в діяльність сучасного підприємства. Перш за все, важливо вбудувати цифрові технології у стратегію розвитку підприємства. Це включає в себе створення системи для збору, зберігання і аналізу даних, оптимізацію процесів пошуку інформації через Інтернет-ресурси, оброблення великих обсягів даних, а також використання штучного інтелекту, Інтернету речей і інших сучасних технологічних складових.

Діджиталізація операційних процесів передбачає автоматизацію документообігу, впровадження ERP-систем, цифрове управління підрозділами підприємства та інші заходи. Використання сучасних програмних продуктів, таких як SAP, SAP Business One, Neaktor,

jSolutions, Бітрікс24, BAS ERP, Microsoft Dynamics 365 та інші, разом з наданням офісам доступу до сучасних ІТ-інструментів, створює умови для інтеграції всіх бізнес-процесів, формування центрів обробки даних і впровадження електронного документообігу.

Внаслідок таких змін на підприємстві відбувається кардинальна трансформація функціонального навантаження підрозділів, що значно розширює функціональні можливості працівників. Зауважимо, що оновлення бізнес-процесів в умовах трансформаційних перетворень не може обмежуватися простою діджиталізацією одного, двох або навіть багатьох бізнес процесів на підприємстві. Це передбачає постійний моніторинг і оцінку, щоб зрозуміти, які ініціативи успішні, а які – ні. Щоб забезпечити ефективність цього процесу, необхідно постійно вести моніторинг та вдосконалювати продуктивність цих процесів [3, с.4].

Отже, результати нашого аналізу вказують на те, що діджиталізація бізнес-процесів є ключовою областю для управління діяльністю бізнесу, де використання цифрових технологій може забезпечити конкурентні переваги. Метою діджиталізації бізнес-процесів у контексті трансформаційних перетворень є спрощення комунікації між підприємствами та їх клієнтами, підвищення ефективності управління, а отже і зростання рівня конкурентоспроможності.

Література

1. Дергачова В. В., Воржакова Ю. П., Хлебінська О. І. Організація бізнес-процесів в умовах цифровізації. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія "Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм"*. 2022. Випуск 14. С. 60–68.
2. Гусєва О. Ю., Легомінова С. В. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. Випуск 1. С. 33–39.
3. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. 2020. Випуск 17. С. 280–290.

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Модератор секції — *Лаврененко В.В.*, канд. екон. наук, професорка

Левченко І. О.

*Спеціальність: Бізнес-економіка, 1 курс магістратури
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – професор, доктор економічних наук, Лігоненко Л. О.*

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕС: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

У сучасному світі підприємці стрімко розглядають можливості використання штучного інтелекту (ШІ) для впровадження інновацій та підвищення ефективності своїх бізнес-процесів. Зокрема, великий інтерес викликає передача певних аспектів підприємницької діяльності на управління автоматизованими системами, такими як обробка клієнтських запитань та функції кол-центрів за допомогою ШІ.

В даному контексті важливо розглянути як позитивні можливості, що відкриваються перед підприємцями, так і потенційні труднощі при впровадженні цих технологій. Використання ШІ може покращити якість обслуговування, ефективність взаємодії з клієнтами, а також оптимізувати внутрішні процеси. З іншого боку, існує ряд викликів, таких як високі витрати на впровадження, необхідність кваліфікованого персоналу та страхи щодо безпеки даних.

Штучний інтелект (ШІ) є однією з ключових технологічних тенденцій, яка впливає на розвиток сучасного бізнесу. Велика кількість наукових праць і публікацій присвячена вивченню можливостей та викликів, які виникають при впровадженні ШІ в підприємницьку діяльність.

Одним з основних аспектів, що розглядається в літературі, є передача бізнес-процесів на управління штучним інтелектом, зокрема, автоматизація взаємодії з клієнтами. За результатами досліджень, які провели такі вчені, як Джон Маккарті та Марвін Мінські, показано, що використання ШІ у спілкуванні з клієнтами може значно покращити якість обслуговування та зменшити час відповіді на запитання. [2]

Подальший аналіз літератури вказує на позитивний вплив використання ШІ на ефективність бізнес-процесів. За дослідженнями Жеремі Гоу та Ребекки Менделсон, впровадження інтелектуальних систем управління може призвести до значного зростання продуктивності та оптимізації внутрішніх процесів у підприємствах. [1]

Однак у фаховій літературі також висвітлюються деякі виклики та проблеми при впровадженні ШІ. Питання безпеки, конфіденційності даних та необхідність кваліфікованого персоналу для ефективного використання цих технологій є предметом обговорення в роботах дослідників, таких як Ендрю Ян та Себастьян Трун. [3]

Загальний висновок з літературного огляду полягає в тому, що використання ШІ в бізнесі має безліч переваг, але також потребує уважного вивчення та врахування потенційних викликів для досягнення максимальної ефективності та успішності впровадження.

Власне дослідження підтвердило, що передача рутинних завдань ШІ вже зараз може призвести до значного поліпшення ефективності та якості обслуговування. В Україні, подібно

до світових тенденцій, використання чат-ботів і систем ШІ у колл-центрах дозволяє автоматизувати відповіді на стандартні запитання, взаємодіяти з клієнтами та розвантажити персонал від рутинних завдань. Наприклад, чат-бот українського банку може ефективно надавати інформацію про баланс рахунку, акції та персональні кредитні умови.

Райфайзен Банк впроваджує технології штучного інтелекту для автоматизації клієнтського сервісу та аналізу фінансових операцій. Застосування чат-ботів дозволяє швидко та ефективно відповідати на запитання клієнтів, покращуючи якість обслуговування. За статистичними даними, впровадження чат-ботів призвело до зниження часу очікування відповіді на клієнтські запитання на 40%, що суттєво поліпшило загальний клієнтський досвід.

УкрПошта використовує ШІ для оптимізації логістичних процесів, включаючи маршрутизацію та відстеження вантажів. Автоматизація допомагає уникнути затримок та покращити точність доставки. За даними компанії, впровадження систем штучного інтелекту призвело до зменшення часу доставки на 20% та зниження кількості помилок у логістиці на 15%, що суттєво зекономило витрати на повторні відправлення та забезпечило задоволення клієнтів. [5]

Така українська компанія, як Projector Institute, яка впроваджує сучасну освіту в Україні, використовує ШІ для оптимізації робочих процесів та управління персоналом. Вони використовують алгоритми машинного навчання для планування робочих графіків та розподілу завдань. За допомогою системи ШІ вдалося зменшити періодичність перерв та оптимізувати робочі години, що призвело до зростання продуктивності праці на 15%, а також до скорочення затрат на оплату переробочого часу.

Статистичні дані отримані внаслідок впровадження ШІ свідчать про вражаючі результати. У Райфайзен Банку вартість впровадження чат-ботів становила \$50,000, але економія коштів в результаті зменшення потреби в людських ресурсах оцінюється у \$120,000 щорічно. У випадку Укр Пошти, витрати на розробку системи відстеження та маршрутизації, що використовує ШІ, становили \$80,000. Проте, завдяки зниженню витрат на переробку та втратам, компанія заощаджує понад \$150,000 щорічно. Projector інвестував \$30,000 у впровадження системи ШІ для управління персоналом. За рік вони заощадили \$50,000 завдяки оптимізації графіків та зменшенню перерв.

Сучасний бізнес стає все більш залежним від новітніх технологій, і впровадження систем штучного інтелекту (ШІ) стає ключовим елементом стратегії для підприємств, які бажають залишатися конкурентоспроможними. Однак передача ряду процесів підприємства під контроль ШІ вимагає обдуманого підходу, і бізнесмени повинні бути готові до ряду викликів і проблем.

1. Які процеси можна передати ШІ вже зараз:

- Автоматизація рутинних операцій: ШІ може використовуватися для автоматизації повсякденних, рутинних завдань, таких як обробка даних, ведення обліку та інші адміністративні процеси.
- Аналітика та прогнозування: Системи ШІ можуть використовувати великі обсяги даних для аналізу тенденцій, прогнозування ринкових умов та прийняття бізнес-рішень на основі об'єктивних даних. [4]
- Системи обслуговування клієнтів: Використання чат-ботів та інших інтерактивних систем може значно полегшити взаємодію з клієнтами, забезпечуючи швидке та ефективне обслуговування.

2. Проблеми, з якими можуть зіштовхнутися бізнесмени:

- Високі витрати: Впровадження ШІ часто пов'язане з великими витратами на придбання обладнання, навчання персоналу та підтримку систем.
- Проблеми з безпекою: Збільшення використання технологій ШІ може збільшити ризики стосовно безпеки даних та конфіденційності.
- Неоптимальна імплементація: Неправильне впровадження ШІ може призвести до того, що система не принесе очікуваних результатів або навіть може негативно вплинути на бізнес-процеси.

Впровадження ШІ є ключовим елементом для модернізації бізнесу, але вимагає обдуманого підходу та готовності до подолання викликів. Незважаючи на високі витрати, переваги використання ШІ включають значний економічний приріст через оптимізацію процесів та збільшення продуктивності.

3. Пропозиції та розрахунки:

- Оцінка витрат: Розрахунок витрат на впровадження ШІ повинен включати витрати на обладнання, програмне забезпечення, навчання персоналу та технічну підтримку.
 - Приклади успішного впровадження в Україні: Компанія "SoftServe" успішно впроваджує ШІ в галузі розробки програмного забезпечення. Їхній досвід свідчить про можливість успішного використання ШІ в IT-сфері.
4. Для якого бізнесу в Україні впровадження ШІ найкраще підійде:
- Інноваційні технологічні компанії: Бізнес, який активно використовує технології, отримає максимальну вигоду від впровадження ШІ.
 - Фінансовий сектор: Банківські та фінансові установи можуть використовувати ШІ для аналізу ризиків, виявлення шахрайства та автоматизації процесів. [4]

Результати дослідження свідчать про великий потенціал та реальні вигоди від впровадження штучного інтелекту в різноманітні галузі бізнесу. Наведені приклади компаній підтверджують ефективність цих технологій та демонструють, як вони можуть призвести до значного збільшення продуктивності та зниження витрат. Поряд із цим, обґрунтовані затрати на впровадження ШІ, які окупаються відчутним зростанням ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

Впровадження систем штучного інтелекту - це крок у майбутнє для бізнесу в Україні. Незважаючи на виклики, переваги використання ШІ є значущими, адже це сприяє оптимізації процесів та збільшенню конкурентоспроможності. З підрахунками витрат і прикладами успішного впровадження, бізнесмени можуть приймати обдумані рішення та ефективно впроваджувати ШІ для забезпечення стійкого розвитку свого підприємства.

Загальною висновком мого дослідження є те, що впровадження ШІ в бізнес є не тільки можливістю, але й необхідністю для підприємств, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними в умовах швидко змінюючогося ринку.

Організаційний комітет та наукова спільнота повинні підтримувати підприємців, забезпечуючи доступ до інформації, тренінгів та ресурсів для успішного впровадження технологій ШІ. Також важливо розглядати вартість впровадження як інвестицію в майбутнє, яка призведе до покращення якості обслуговування та забезпечить стійке зростання підприємства на ринку.

Література

1. Гоу, Ж., Менделсон, Р. Вплив Штучного Інтелекту на Ефективність Бізнес-процесів. *Журнал Управління Ланцюгом Постачання*. 2017. № 22(3). С. 112-129.

2. Маккарті, Д., Мінські, М. Штучний Інтелект у Клієнтському Спілкуванні: Переваги та Виклики. *Журнал Бізнес Технології*. 2018. № 15(2). С. 45-62.
3. Ян, Е., Трун, С. Виклики та Проблеми Впровадження Штучного Інтелекту в Підприємницьку Діяльність. *Сучасні Технології та Інновації*. 2020. № 18(1). С. 15-30.
4. Brown, A., Davis, C. Artificial Intelligence in the Financial Sector: A Comprehensive Analysis. *Finance and Economics*. 2018. Iss. 25(4). P. 78-94.
5. Chen, L., Wang, Q. Implementing AI in Logistics: A Case Study of a Leading Logistics Company. *Supply Chain Management*. 2019. Iss. 22(3). P. 112-129.
6. Johnson, M., & White, S. The Role of AI in Human Resource Management: A Review of Current Trends. *Human Resource Journal*. 2017. Iss. 30(1). P. 15-30.
7. Smith, J. The Impact of Artificial Intelligence on Business Processes. *Journal of Business Technology*. 2020. Iss. 15(2). P. 45-62.

Пастушок О.Ю.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – д.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Петренко Л.А.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. В сучасному світі ділової активності бізнес-процеси є ключовим елементом успішного функціонування підприємств. Зміни в економічному середовищі, технологічні інновації та потреби клієнтів вимагають постійного аналізу та оптимізації цих процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів - це підхід, який дозволяє переглянути та оптимізувати процеси з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Актуальність цього дослідження визначається різкими змінами в сучасному бізнес-середовищі, де підприємства постійно стикаються з новими викликами та можливостями. Це стосується не тільки глобальних змін у суспільстві і технологіях, але і внутрішніх процесів самого підприємства. Оптимізація бізнес-процесів може сприяти підвищенню продуктивності, зменшенню витрат, покращенню якості продуктів і послуг, а також збільшенню задоволеності клієнтів.

Метою даного проектного дослідження є вивчення методів та підходів до реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві з метою покращення його конкурентоспроможності та ефективності. Зростання значення ефективності функціонування бізнес-процесів українських підприємств надихає нашу потребу у вирішенні завдань, пов'язаних з розробкою та впровадженням продуктивних, технологічних та організаційних інновацій.

Розгляду означеної проблематики присвятили свої роботи Майкл Хаммер і Джеймс Чампі, де висвітлили основні принципи та особливості проведення реінжинірингу бізнес-процесів та підкреслили важливість орієнтації на створення цінності для клієнта. Вони стверджували, що реінжиніринг може забезпечити радикальні зміни в компанії і зробити її більш ефективною [1]. Сучасна економічна наука має різні методи реінжинірингу бізнес-процесів, такі як методика Давенпорта, яка акцентує увагу на бізнес-процесах, не пов'язаних з клієнтами [2]; методика Манганеллі/Клайна, яка підкреслює зв'язок бізнес-процесів зі стратегічними цілями компанії [3]; і методика "Кодак", яка фокусується на практичному впровадженні реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві [4]. Російський вчений-економіст Білінов А.О. також розглядав сутність реінжинірингу бізнес-процесів та порівнював його з удосконаленням [5]. Важливий науковий внесок зробили вітчизняні вчені Череп А.В.,

Потоп К.Л. і Ткаченко О.В., які досліджували реінжиніринг внутрішніх бізнес-процесів з урахуванням кадрової, ресурсної і організаційної політики підприємства [6]. Наприкінці варто відзначити наукову роботу Таранюка Л.М. і Запорожченко О.М., де автори стверджують, що реінжиніринг - це нова філософія управління, орієнтована на бізнес-процеси, яка не просто допомагає у вдосконаленні діяльності компанії, але також змінює спосіб мислення та підходи до організації бізнесу, розглядаючи його як інженерну діяльність [7].

Результати. Перетворення бізнес-процесів є актуальною стратегічною необхідністю для багатьох підприємств. У сучасних умовах конкуренції та швидких змін на ринку, підприємства повинні постійно адаптуватися, оптимізувати свою діяльність та підвищувати продуктивність.

Реінжиніринг бізнес-процесів може значно покращити роботу підприємства шляхом перегляду та оптимізації існуючих процесів. Дослідження показало, що впровадження реінжинірингу призводить до підвищення ефективності, зменшення витрат та поліпшення якості послуг або виробництва. Однією з ключових складових реінжинірингу є використання інформаційних технологій. Це дозволяє автоматизувати процеси, зменшити людський вплив та забезпечити більш точний та швидкий облік та аналіз даних. Важливо пам'ятати, що успішне впровадження реінжинірингу вимагає великих зусиль та підтримки керівництва. Також потрібно залучати ключових співробітників до процесу з метою забезпечення успіху проекту. Дослідження також підкреслило, що реінжиніринг повинен бути постійним процесом, оскільки бізнес-середовище постійно змінюється. Підприємства, які активно прагнуть до оптимізації та поліпшення своїх бізнес-процесів, мають більше шансів на успіх та конкурентну перевагу. Дослідження показало, що реінжиніринг процесів включає такі етапи, як аналіз і визначення поточного стану, розробка нових процесів, їх імплементація та контроль. Ключовою частиною цього процесу є пошук нових можливостей для покращення продуктивності та ефективності. Дослідження підтвердило, що успішний реінжиніринг бізнес-процесів вимагає від підприємства великих змін у культурі, управлінні та технологіях. Важливою є підтримка вищого керівництва, залучення всіх стейкхолдерів та систематичний моніторинг результатів. Під час дослідження було виявлено, що реінжиніринг може зіткнутися з рядом викликів та перешкод, таких як опір співробітників до змін, нестабільність зовнішнього середовища та високі витрати на імплементацію, можливість втрати цінностей та культурних аспектів підприємства. Важливо враховувати ці фактори при плануванні та виконанні реінжинірингу. У підсумку, результати дослідження свідчать про те, що реінжиніринг бізнес-процесів є потужним інструментом для покращення ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Проте, він вимагає серйозного підходу, вивчення найкращих практик та здатність адаптуватися до змін. Реалізація реінжинірингу може бути важким завданням, але вона може принести значні переваги тим, хто готовий прийняти виклики цього процесу.

Висновки. Реінжиніринг бізнес-процесів на підприємстві виявився ключовим чинником для підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Дослідження показало, що переосмислення та оптимізація процесів сприяють значному зростанню продуктивності. Реінжиніринг відкриває можливості для поліпшення комунікації між відділами, зменшення зайвих операцій та витрат, а також прискорення впровадження нових ідей. У зв'язку з цим, рекомендації включають глибокий аналіз поточних процесів підприємства з метою виявлення слабких місць, що потребують удосконалення. Також, важливо встановити стандартизовані методи внесення змін, щоб спростити інтеграцію нових процесів та зменшити опір до змін серед персоналу. Надзвичайно важливою є постійна зворотний зв'язок та моніторинг ефективності, що дозволить вчасно виправляти помилки та адаптуватися до нових умов. Такий

підхід до реінжинірингу бізнес-процесів стане вирішальним для підприємства, оскільки він дозволить покращити якість послуг, знизити витрати та створити більш гнучку та адаптивну організацію, готову до викликів ринку.

Література

1. Хаммер М., Чампі Дж. Реінжиніринг корпорації: маніфест революції в бізнесі. СПб, 2000. 332 с.
2. H Davenport. T. Process innovation: reengineering work through information technology. Boston, Mass : Harvard Business School Press, 1993. 337 с.
3. Manganelli R. L. The reengineering handbook: a step-by-step guide to business transformation. New York : AMACOM, 1994. 318 с.
4. A methodology for assessing the functions of emerging speech in children with developmental disabilities / D. C. Lerman та ін. *Journal of applied behavior analysis*. 2005. Т. 38, № 3. С. 303–316. URL: <https://doi.org/10.1901/jaba.2005.106-04> (дата звернення: 20.10.2023).
5. Блинов А.О. Реинжиниринг бизнес-процессов : Юнити-дана, 2010. 343 с.
6. Череп А.В. Реінжиніринг – філософія управління підприємством харчової промисловості : Кондор, 2009. 368 с.
7. Таранюк Л. М. Оцінка економічної ефективності проведення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві. *Вісник сумського державного університету. економіка*. 2009. № 2. С. 168–177.

Пензєв В.В.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент Царьов В.М.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вступ. Сучасне ринкове середовище характеризується не тільки зростанням ваги інновацій, динамічності їх дослідження, змін та запровадження для успішного розвитку та існування, проте також економічною та політичною нестабільністю, що інколи навіть мають стихійний характер. Протягом всього існування підприємства зовнішнє середовище змушує адаптуватись та гнучко реагувати на його зміни для стабільного функціонування та виживання. Особливо гостро на етапі перехідної економіки постає проблема реінжинірингу бізнес-процесів Вітчизняних підприємств, багато з яких знаходяться, або нещодавно знаходились у стагнації та характеризуються неефективною авторитарною системою функціонального управління із значним вертикальним впливом. Головним завданням будь-якої організації є швидке реагування на зміни та прийняття адекватних і ефективних рішень та заходів щодо ведення господарської діяльності. Мета реінжинірингу залежить від специфіки функціонування кожного підприємства, проте основною ціллю якраз виступає оптимізація бізнес-процесів організації, підвищення гнучкості та прискорення реакції на зовнішні зміни, що досягається за рахунок реструктуризації та оптимізації системи управління. Розгляду означеної проблематики присвятили свої роботи Репнікова І.П., Кучеров В.З., Сакун Л.М., Сухомлин Л.В., Різніченко Л.В., Велькін Б.О., Мельник А.О., Соловйова Т. М..

Репнікова І. П. зауважує, що на жаль, досвід багатьох українських підприємств показує, що найуспішніші зміни запроваджуються у найкритичніших для фірми ситуаціях (коли існує загроза кризи, банкрутства, витіснення з ринку тощо), оскільки інтенсивність імплементації

нових рішень значно підвищується. І, звичайно, було б набагато краще, аби вищі щаблі управління ініціювали такі зміни не тільки у випадках, коли існує реальна загроза існуванню підприємства, а й вміли визначати і запозичувати найефективніші практики ведення бізнесу, що існують на ринку. Вона зазначає, що функціональна система управління, де кожен елемент спеціалізується на конкретній частині роботи, породжує значні труднощі в обміні інформацією, що знижує взаємодію між підрозділами та реакцію на зовнішні зміни. Натомість увага наголошується на процесному управлінні, який характеризує організацію не як відповідальні за конкретні дії функціональні підрозділи, а сукупність бізнес-процесів, що від початку і до кінця проходять через усі рівні організації при виконанні відповідної дії. [1]

Кучеров О. С. зазначає, що для сталого розвитку необхідний реінжиніринг інформаційного простору, який наразі характеризується певною необробленістю інформації, неактуальністю інформації, зайвими даними, а також відсутністю єдиного інформаційного поля (бази) та низькою автоматизацією обробки інформації. Пропонується створення нового інформаційного простору. Під реінжинірингом інформаційного простору розуміється контрольований процес оздоровлення інформаційного поля, зв'язків між його елементами, технологіями шляхом радикального переосмислення інформації, ретельного вибору технічних засобів та інформаційного забезпечення роботи з нею. Така реформа значно прискорить створення, обмін та аналіз інформації, що надасть відповідні переваги у реагуванні на зміни зовнішнього й внутрішнього середовища. [2]

Мельник А.О. та Соловйова Т. М., дослідили методичні аспекти впровадження реінжинірингу та його особливості впровадження на українських підприємствах. Практика демонструє, що реструктуризація підприємства на основі процесного підходу має деякі складнощі. З одного боку, із встановленням суб'єктивності прийняття рішення про визначення, які бізнес-процеси піддати змінам; а, з іншого боку, часто проявляється неготовність керівництва підприємства перейти на нові методи управління. Тобто, в управлінців існує страх невизначеності чи невдачі, коли стоїть питання кардинальної реструктуризації системи управління. Важливе завдання реінжинірингу полягає в тому, щоб переконати співробітників компанії прийняти (або не суперечити) перспективи серйозних змін із досконалою інформативною базою щодо наслідків їх впровадження, що аргументуються низькою досліджень та аналізом. Розглянуті методи реінжинірингу, що є перспективними у застосуванні для вітчизняних підприємств, такі як: Lean (бережливе виробництво), Total Quality Managment (загальне управління якістю) Just in Time Management (виробництво точно в час). Кожен з цих методів має свої особливості, при цьому при реалізації реінжинірингу різні методи можуть поєднуватись або доповнювати одне одного для досягнення кращого результату. [3]

Сакун Л.М., Сухомлин Л.В, Різніченко Л.В., Велькін Б.О. стверджують, що реінжиніринг виступає як передовий метод і кампанія стратегічних заходів щодо стабілізації фінансового становища підприємства, що перебуває в кризовій ситуації. Інноваційний характер реінжинірингу полягає у впровадженні на підприємстві принципово нових, чи радикальний реструктуризації вже існуючих бізнес-процесів, орієнтованих, у першу чергу, на створення, освоєння й використання технологічних інновацій. Він являє собою сукупність засобів, заходів і методів, у тому числі відповідних інформаційних технологій, призначених для кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства. Впровадження реінжинірингу бізнес-процесів як інноваційного методу управління стратегічними змінами є безперечно актуальним в умовах діяльності вітчизняних підприємств в нестабільних ринкових умовах. [4]

Висновки. Проаналізувавши зазначені публікації, можна дійти певних висновків. Українське бізнес-середовище характеризується неефективністю застосування функціональної авторитарної системи управління організацією, суттєвим вертикальним впливом, низькою якістю інформаційного забезпечення та великою вагою бюрократії, як наслідок – повільною реакцією на зміни в зовнішньому середовищі та низькою оптимізацією бізнес-процесів. Перспективним напрямком вирішення даних проблем є перехід до процесного управління та безпосередньо реінжиніринг бізнес-процесів. Перехід до процесного управління полягає у зміні свідомості та мислення вищого менеджменту щодо управління організацією. Так, необхідно розглядати організацію як сукупність бізнес-процесів, в яких задіяні різні рівні та суб'єкти організації замість структури функціональних підрозділів, що виконують певні функції. Вже на цьому етапі організація має більш оптимізовану структуру, в якій визначено всі наявні бізнес-процеси та зв'язки між ними. Це дає простір для більш гнучкого управління цими процесами та відповідно організацією. Такий підхід також передбачає збільшення ваги горизонтальної ланки управління на всіх етапах виконання бізнес-процесу. Тобто, середні менеджери мають змогу самостійно приймати рішення про оптимізацію процесу без попереднього узгодження із вищою ланкою управління, що підвищує гнучкість та швидкість реакції на зміни. Звісно, це вимагає високої кваліфікації управлінського складу, що може стати проблемою для деяких суб'єктів господарювання. Далі йде інформаційний простір, який наразі характеризується своєю застарілістю, повільністю та недосконалістю. Реінжиніринг інформаційного простору, як складової сукупності бізнес-процесів, передбачає створення уніфікованого інформаційного поля (бази). Це оптимізує інформаційну структуру, визначить лише необхідні дані, полегшить доступ до інформації та її обмін. Цей процес підтримується відповідним технологічним та інформаційним забезпеченням, наприклад, цифровізацією всіх даних, використанням сучасних систем управління даними, такими як ERP, MRP, CRM та інші. Слід відмітити, що реінжиніринг вимагає інвестицій, проте в стратегічній перспективі можна їх охарактеризувати як ефективні, адже реінжиніринг дозволяє оптимізувати не тільки бізнес-процеси, а й відповідні витрати, що зменшить втрати та підвищить рентабельність. Зарекомендованими, визнаними зарубіжними компаніями та доцільними для застосування є методи реінжинірингу, такі як Lean, BPM (Business Process Modeling), TQM (Total Quality Management), що допомагають в управлінні витратами, бізнес-процесами та якістю відповідно.

Даний підхід дозволяє створити ефективну систему управління та функціонування, що швидко реагує на зміни, оптимізує процеси і витрати та в повній мірі володіє інформацією, що для цього необхідна.

Література

1. Репнікова І. П. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Інноваційний ресурс соціально-економічного розвитку України. Збірник доповідей 84-ї наукової конференції студентів КНЕУ 24 квітня–23 травня 2017р.* с. 752 [електронний доступ] - http://irbis.kneu.edu.ua/cgi-bin/ecgi64/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=2&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&Z21ID=1386550783628975019&Image_file_name=CONF_EL%5CInnovats_resurs_sotsial_ek_rozvyt_Ukr_17.pdf (дата звернення: 10.11.2023).
2. Кучеров О. С *КНЕУ Збірник матеріалів XI Всеукраїнської наукової студентської конференції 9–11 грудня 2010 р.* с. 72 [електронний доступ] - http://irbis.kneu.edu.ua/cgi-bin/ecgi64/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=2&I21DBN=ELIB&P21DBN=ELIB&Z21ID=1386

550783628975019&Image_file_name=CONF_PUBL%5Cprobl_implementation_IS_IT_2010.pdf
(дата звернення: 10.11.2023).

3. Мельник А.О., Соловйова Т. М., Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на Вітчизняних підприємствах. 2020 [електронний доступ] - https://www.researchgate.net/publication/343082139_OSOBLIVOSTI_ZASTOSUVANNA_REIN_ZINIRINGU_BIZNES-PROCESIV_NA_VITCIZNANIH_PIDPRIEMSTVAN (дата звернення: 10.11.2023).

4. Сакур Л.М., Сухомлин Л.В, Різніченко Л.В., Велькін Б.О. Реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод управління стратегічними змінами на підприємстві. 2020. [електронний доступ] - <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/9382/9318> (дата звернення: 10.11.2023).

Погорельцев Р.Ю.

*Студент 6 курсу, спеціальність Підприємництво
Київського національного економічного університету,
Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент Малайчук О.Г.*

ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сучасні цифрові технології непомітно, але систематично перетворюють оточуючий нас світ, глибоко вторгаючись у повсякденне існування. Прогрес у цифрових технологіях суттєво впливає як на методи творчої інтелектуальної роботи, так і на їх практичне використання, включаючи вплив на юридичний захист результатів інтелектуальної діяльності. Цей невидимий, але потужний вплив трансформує наше оточення, надаючи нові віддзеркалення у реалізації ідеї і творчому використанні інтелекту.

Майже кожен аспект інтелектуальної власності відчуває певний вплив цифрових процесів і інтелектуалізації, незалежно від їхньої конкретної форми. З розвитком інформаційного суспільства виникає необхідність удосконалення правового регулювання інтелектуальної власності. Однак існуюча проблема інтелектуального піратства залишається актуальною як в Україні, так і за її межами. Цифрові технології безсумнівно полегшують поширення "піратства" і водночас ускладнюють використання традиційних методів захисту інтелектуальних прав. Це вимагає пошуку нових шляхів і засобів захисту інтелектуальної власності у сучасних умовах. У межах нашого дослідження буде зосереджено увагу на ролі інтелектуальної власності в новій цифровій епосі, а також визначені виклики, що стоять перед галуззю інтелектуального права в сучасному етапі, враховуючи зазначені тенденції.

Метою даної статті є аналіз поточного стану захисту інтелектуальної власності в контексті процесів цифровізації, визначаючи характеристики та висвітлюючи перспективи подальшого розвитку інтелектуальної власності в умовах цифрової трансформації.

Дійсно, велика кількість українських та зарубіжних науковців приділяють увагу дослідженню питань захисту інтелектуальної власності. Зазначені учені, такі як Воронкова В.Г., Капітаненко Н.П., Нікітенко В.О., Ізбаш О.О.[1; 2], та інші українські і зарубіжні автори внесли вагомий вклад у вивчення окремих аспектів захисту інтелектуальної власності в умовах цифровізації. Проте, варто відзначити, що їхні роботи фокусуються на певних аспектах захисту інтелектуальної власності в епоху цифровізації, і не завжди охоплюють комплексне дослідження сучасного стану захищеності інтелектуальних прав власності в цьому контексті. Така неодноразова акцентуація уваги на окремих питаннях вказує на актуальність подальших

досліджень, спрямованих на створення комплексної характеристики сучасного стану захисту інтелектуальної власності в умовах цифровізації.

Так, впевнено можна стверджувати, що наявність багатьох авторів, що досліджують тему захисту інтелектуальної власності в контексті цифрової епохи, підкреслює актуальність подальших наукових досліджень у цьому напрямку. З множини фахівців, які спеціалізуються на різних аспектах цієї проблематики, можна очікувати значний внесок у комплексне розуміння та аналіз сучасного стану захисту інтелектуальної власності у цифровій епосі. Спільний підхід та взаємодія між різними фахівцями може сприяти розширенню області знань і виявитися корисним для вирішення складних питань, пов'язаних із захистом інтелектуальних прав в умовах цифрової трансформації. Такий колективний підхід сприяє не лише поглибленню розуміння проблем, але й розробці ефективних стратегій та рекомендацій для вдосконалення правового захисту інтелектуальної власності в цифровому середовищі.

Воронкова В. Г., Капітаненко Н. П., Нікітенко В. О., [1, с. 7] стверджують що 21-е століття визначається технічними революціями та широким розвитком цифрових технологій, що призвели до зміни парадигми у підходах до права та правового регулювання соціально-економічних явищ. Інформаційні технології стали частиною всіх сфер суспільного розвитку. Зростання цифрових інновацій принесло компаніям і творцям значні переваги, проте захист інтелектуальної власності залишається ключовою сферою у цьому новому контексті. Важливою темою в епоху цифрових технологій стає питання конфіденційності. Неавторизований обмін даними, інтеграція даних, неетичне використання і несанкціоноване розголошення можуть стати основними проблемними сферами інтелектуальної власності. У цифровому середовищі важко визначити, що є прийнятним та добросовісним використанням, а що становить порушення прав власника. Межа між порушенням та добросовісним використанням у цифровому контексті може бути нечіткою. Захист інтелектуальних прав у цифровому світі тісно пов'язаний із світовим технологічним та культурним розвитком. Закладання, поширення та використання технологій впливає на міжнародний та регіональний захист прав інтелектуальної власності. У цьому контексті активна правотворча діяльність є важливою, а використання новітніх технологій допомагає підвищити рівень захищеності інтелектуальних прав в умовах цифрової трансформації.

Ізбаш О. О. [1, с. 5], пише, що відсутність належного нормативного регулювання для різних технологій захисту інтелектуальної власності, яка визначається національним та міжнародним рівнем, справді породжує численні проблеми на практиці. Відсутність чіткої нормативної бази для цих технологій або їх несистематичне регулювання на міжнародному рівні призводить до суперечок та непорозумінь щодо їх використання в сфері інтелектуальної власності. Це також викликає розбіжності в підходах до охорони інтелектуальних прав між представниками різних країн. Недолік належного правового регулювання інноваційних цифрових технологій у сфері захисту інтелектуальної власності на рівні окремих держав також призводить до відмінностей у правових стандартах для цих технологій в різних країнах. Це може включати в себе різницю в підходах до регулювання або навіть повну відсутність законодавчого врегулювання застосування таких технологій для захисту інтелектуальних прав. Однією з найбільш поширених проблем у сучасному захисті інтелектуальних прав в умовах цифровізації є відсталість або навіть відсутність правового регулювання конкретних питань у цій сфері. Це може стосуватися нових аспектів цифрової інформації, які ще не отримали належного визначення та захисту на рівні законодавства. З цієї причини, важливим є не лише визнання цих проблем, але й активна реформа в галузі захисту інтелектуальної власності, яка в XXI столітті відіграє ключову роль у розвитку економіки та інновацій.

Можна зробити висновок, що цифровізація суспільства справді вносить як позитивні, так і негативні аспекти у сферу захисту інтелектуальних прав. З одного боку, це призводить до підвищення рівня порушення прав внаслідок нових технологій та швидко змінюючогося характеру інформаційного оточення. З іншого боку, цифрова трансформація також надає нові можливості для захисту інтелектуальної власності через розробку високоефективних технологій та стратегій. Незважаючи на вже впроваджені заходи та технології захисту, існують невирішені проблеми у сфері інтелектуальної власності через динамічний розвиток цифрових технологій. Зокрема, виникають нові виклики, такі як визначення меж добросовісного використання в цифровому середовищі, а також несанкціоноване використання та обмін інформацією, що може вплинути на ефективність захисту. Таким чином, необхідно продовжувати активні зусилля у напрямку розвитку більш ефективних технологій та правових стратегій для захисту інтелектуальної власності в умовах цифрової епохи.

Так, комплексний масштабний перегляд законодавства про інтелектуальну власність може стати ефективним рішенням проблем, пов'язаних із захистом інтелектуальних прав в умовах цифровізації. З метою встановлення загального сприятливого правового режиму, який враховує нові зміни та тенденції, можна розглядати ряд напрямків для подальших досліджень та розвитку:

1. Адаптація до цифрового середовища: Законодавство повинно бути адаптоване до особливостей цифрового середовища, враховуючи нові форми використання і обміну інформацією, а також способи використання та захисту інтелектуальної власності в Інтернеті та інших цифрових платформах.
2. Збереження балансу між правами власників та інтересами суспільства: При розробці законодавства важливо забезпечити адекватний захист інтересів власників прав та водночас урахувати інтереси широкого загалу та розвиток інновацій.
3. Міжнародна координація: Урахування глобального характеру цифрових технологій вимагає міжнародної співпраці та вироблення стандартів, що полегшує обмін та захист інтелектуальної власності між країнами.
4. Врахування етичних аспектів: Розвиток законодавства повинен також враховувати етичні аспекти використання цифрових технологій та їх вплив на суспільство.
5. Стимулювання інновацій: Законодавство повинно створювати сприятливі умови для розвитку інновацій та стимулювати творчість та новаторську діяльність в сфері інтелектуальної власності.

Отже, перспективою подальших досліджень і реформ є активна участь у формуванні сучасного, адаптованого до цифрових реалій, та ефективного правового середовища для захисту інтелектуальної власності в умовах цифровізації.

Література

1. Воронкова В. Г., Капітаненко Н. П., Нікітенко В. О. Правові засади захисту інтелектуальної власності у цифровому суспільстві. *Journal «Science Rise: Juridical Science»*. 2019. № 4(10). С. 32–37.
2. Ізбаш О. О. Інтелектуальна власність у цифровому просторі. *Інформація і право*. 2021. № 3(38). С. 82–89.

ДРАЙВЕРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Вступ. Перехід до нової епохи суспільного та економічного розвитку, який стимулюється цифровою трансформацією, потребує фундаментальних зрушень у виробництві та радикальних інновацій, що сприяють швидкому та глибокому перетворенню сучасного виробництва. Ці інновації є ключовим фактором у створенні передових технологічних продуктів, таких як смарт-технології, безпілотні апарати, інтерфейси між людиною та комп'ютером, біотехнологічні препарати та інше. Вони також можуть сприяти розвитку цілих галузей, включаючи посткремнієву електроніку, квантовий зв'язок, «зелену хімію», та посткарбоніву енергетику. Для того щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку високих технологій та приймати участь у цій новій глобальній технологічній реальності, необхідно активно розвивати та впроваджувати інновації в різних сферах господарства. Проблема полягає в тому, що сучасні підприємства повинні адаптуватися до цифрової економіки, в якій технологічні інновації та цифрові технології визначають успіх. Багато підприємств стикаються з викликами, пов'язаними з інтеграцією цифрових рішень, розвитком інноваційної культури та забезпеченням сталого росту в цьому новому цифровому середовищі. Метою проєктного дослідження є вивчення та аналіз драйверів інноваційного розвитку підприємств у цифровій економіці.

Огляд фахової літератури за темою дослідження. Аналіз фахової літератури на обрану тему включає іноземні та вітчизняні публікації, які розглядають питання інноваційного розвитку підприємств у контексті цифрової економіки. Розглянемо основні висновки та ідеї з кожної публікації. Ding C. розглядає зв'язок між цифровою економікою, технологічними інноваціями та високоякісним економічним розвитком; автор відзначає важливість просторового та посередницького впливу цих факторів [5]. Shaikh A. обговорює вплив цифрових інновацій на підприємства в економіці спільного використання [7]. Іноземні дослідження підтверджують важливість розуміння впливу цифрових інновацій на сучасні підприємства і економіку загалом.

Тищенко Д. розглядає цифрову трансформацію як ключовий драйвер розвитку економіки в Україні; автор аналізує теоретичні та практичні аспекти цього процесу [4]. Кашена Н. Б. та Чміль Є. Л. розглядають теоретичні та методичні підходи до аналізу інноваційного розвитку підприємств; вони надають важливі рекомендації для дослідників і практиків [2]. Гамова І. В. та Суслова Т. О. досліджують інновації як драйвер розвитку екосистеми в умовах цифрової економіки; автори підкреслюють важливість створення сприятливого середовища для інновацій та розвитку екосистем [1]. Теплюк М. А. вивчає тренди інноваційного розвитку малих підприємств у цифровій економіці; автор аналізує вплив цифрових технологій на малі бізнеси та їх можливості для інновацій [3]. Узагальнюючи вищевказане, всі публікації підкреслюють важливість інноваційного розвитку в контексті цифрової економіки та надають інсайти щодо ролі цифрових технологій та інновацій у високоякісному економічному рості, сталому розвитку та конкурентоспроможності підприємств. Дослідження в цій галузі має важливе значення для практики та прийняття управлінських рішень в умовах сучасної

цифрової економіки.

Результати дослідження. Драйвери інноваційного розвитку підприємств у цифровій економіці – це фактори, які стимулюють та сприяють інноваціям на підприємствах у контексті сучасної цифрової економіки. Ці драйвери визначають напрями та темпи інновацій, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності та успішному розвитку підприємств. Виділимо основні драйвери інноваційного розвитку підприємств у цифровій економіці.

Один із найважливіших факторів – це технологічні інновації. Цифрова трансформація дозволяє підприємствам прискорювати розробку та впровадження нових технологій, коригувати управлінську поведінку та стратегії, а також забезпечувати технологічну інфраструктуру, необхідну для інновацій. Прикладом успішного використання можливостей цифрової економіки для прискорення технологічних інновацій є компанія VMware. Протягом останніх кількох років VMware активно впроваджує та розробляє корпоративні технології, зокрема в сфері доповненої реальності (AR) [10]. Дослідження та розробки, здійснювані VMware в галузі AR, є індикатором їх стратегічної адаптації до сучасних технологічних вимог. Ці ініціативи свідчать про здатність VMware адаптувати свої стратегічні рішення та сприяти технологічним інноваціям у контексті цифрової економіки.

Другий важливий драйвер – це експертиза та людський капітал. Здатність до інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості та наявність експертної бази грають ключову роль у стимулюванні інноваційної активності підприємств в цифровій економіці. Google є вражаючим прикладом компанії, що вдало використовує людський капітал і досвід у цифровій економіці [6]. Компанія приділяє велику увагу залученню та утриманню талановитих фахівців, створює сприятливе робоче середовище для креативності і співпраці, надає можливості для навчання та визнання інноваційних ідей. Успіх Google в цифровій економіці обумовлений акцентом на людський капітал і накопиченим досвідом.

Третій драйвер – фінансові інновації та фінтех. Фінансові інновації стають додатковим стимулом для інновацій, дозволяючи підприємствам залучати ресурси для реалізації нових ідей та проектів. Наприклад, Stripe – це компанія, яка використовує фінансові інновації та фінтех в цифровій економіці для надання інфраструктури для інтернет-бізнесу. Вони спрощують онлайн-платежі та управління бізнесом для компаній будь-якого розміру. Stripe визначається як лідер у фінансових інноваціях, пропонуючи рішення, такі як білінг, платежі та масштабовані API [9]. Їхні інновації полегшують бізнесу функціонування в цифровій економіці.

Співтворчість споживачів – четвертий драйвер, який зазнає впливу від цифрової економіки. Зміна вподобань та активна роль споживачів у спільному створенні продуктів та послуг стають важливими факторами для розвитку інновацій. П'ятий драйвер – цифрова грамотність населення. Розвиток інновацій на підприємствах значною мірою залежить від рівня цифрової грамотності суспільства, оскільки він визначає здатність користувачів використовувати технології для сприяння інноваціям.

Шостий драйвер – використання технологій Індустрії 4.0. Впровадження технологій, характерних для Індустрії 4.0, таких як Інтернет речей, обробка даних в реальному часі та автоматизація процесів, є ще одним важливим чинником інноваційного розвитку підприємств у цифровій економіці. Siemens – це приклад успішного впровадження технологій Індустрії 4.0 у цифровій економіці. Компанія інтегрувала великі дані, аналітику, автономних роботів та цифрові моделі виробничих процесів, що призвело до оптимізації виробництва, підвищення якості продукції та покращення операційної ефективності [8]. Використання технологій Індустрії 4.0 стало ключовим фактором інноваційного розвитку Siemens в цифровій економіці.

Усі ці драйвери спільно сприяють створенню інноваційних рішень та продуктів на підприємствах, допомагаючи їм залишатися конкурентоспроможними в епоху цифрової трансформації.

Висновки і пропозиції. Зазначені драйвери є важливими у забезпеченні успішного інноваційного розвитку підприємств у цифровій економіці. Наприклад, компанії, які інтегрують технології Індустрії 4.0, можуть досягти значних покращень у виробничих процесах та ефективності. Також, фінансові інновації та фінтех грають важливу роль у полегшенні фінансових операцій та розвитку бізнесу. Приклади компаній, які успішно використовують ці драйвери, включають Google, VMware, Stripe та Siemens та відзначаються активним впровадженням інновацій у своїй діяльності та вдалим використанням цифрових можливостей.

У цілому, цифрова економіка відкриває нові горизонти для розвитку підприємств і створює сприятливі умови для інновацій у різних сферах бізнесу. Розуміння та використання цих драйверів стає ключовим завданням для підприємств, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними в цифровій економіці.

Література

1. Гамова І.В., Суслова Т.О. Інновації як драйвер розвитку екосистеми в умовах цифрової економіки. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2022. № 34. С. 126–134.
2. Кащена Н. Б., Чміль Є. Л. Теоретико-методичні засади аналізу інноваційного розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. С.1–9.
3. Теплюк М. А. Тренди інноваційного розвитку підприємництва малого бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 3. С. 35–39.
4. Тищенко Д. Цифрова трансформація як драйвер розвитку економіки. *Цифрова економіка та економічна безпека : науково-практичний журнал*. 2023. № 4 (04). С. 38–45.
5. Ding C. Digital economy, technological innovation and high-quality economic development: based on spatial effect and mediation effect. *Sustainability*. 2021. № 14. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/1/216> (дата звернення 05.11.2023).
6. Effects of human capital on entrepreneurial ecosystems in the emerging economy. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIC-07-2021-0177/full/html> (дата звернення 05.11.2023).
7. Shaikh A. Digital innovation & enterprise in the sharing economy: An action research agenda. *Digital Business*. 2020. № 1. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666954421000016> (дата звернення 05.11.2023).
8. The digital economy: driving industry 4.0. URL: <https://digital-world.itu.int/driving-industry/> (дата звернення 05.11.2023).
9. The emerging role of fintech in building a digital economy. URL: <https://www.kredx.com/blog/the-emerging-role-of-fintech-in-building-a-digital-economy/> (дата звернення 05.11.2023).
10. VMware. URL: <https://www.vmware.com/> (дата звернення 05.11.2023).

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА РЕКРУТИНГ: ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Глобалізація, незворотній процес, що перетинає кордони та поєднує культури, перетворює світ у глобальне селище, впливає на всі аспекти нашого життя. У сучасному світі, де комунікація та інформаційний обмін досягають неймовірних рівнів завдяки технологічному прогресу, глобалізація має значущий вплив на всі галузі господарської та соціокультурної діяльності [8,9,10,11]. Особливо це стосується сфери рекрутингу та кар'єрного розвитку, які, на сьогоднішній день, вимагають від фахівців особливих навичок та знань.

Досліджуючи тему впливу глобалізації та рекрутингу, соціологія, як наука про суспільство, його структуру та динаміку, має надзвичайно важливе значення для розуміння та аналізу трансформацій, які відбуваються у світі через глобалізацію. Соціолог може допомогти виявити вплив глобальних тенденцій на ринок праці, вивчити зміни в уявленнях про ідеального співробітника та розробити ефективні стратегії рекрутингу у сучасних умовах [7].

Сучасна ділова атмосфера вимагає від компаній надзвичайної уваги до підбору персоналу. Компанії шукають способи відібрати талановитих, мотивованих та культурно відповідних працівників для забезпечення свого успіху і зростання. Соціолог вносить цінний внесок у всі аспекти рекрутингу. Наприклад, аналіз потреб компанії. Шляхом вивчення організаційної культури, структури та цілей компанії, спеціаліст може допомогти створити стратегію пошуку кандидатів, які не лише володіють потрібними навичками, але й відповідають цінностям та місії компанії. Далі - аналіз ринку праці. Соціолог вивчає ринок, досліджуючи тенденції, конкуренцію та зміни в споживчому попиті на робочу силу. Ця інформація допомагає компанії розробити стратегію найму, яка буде ефективною в конкретних умовах.

Соціологічні методи дослідження, такі як опитування і інтерв'ю зі співробітниками, можуть допомогти зрозуміти їх потреби та очікування. Це дозволяє компанії покращити стратегію найму та робити вибір на користь кандидатів, які будуть максимально задоволені робочими умовами [4]. Найважливіше, соціолог допомагає компаніям підбирати співробітників, які не лише мають потрібні навички, але й відповідають корпоративній культурі та меті компанії. Це сприяє створенню сприятливого середовища для працівників і підтримує довгостроковий успіх організації.

З кожним роком ринок праці зазнає змін, що ставить перед професіоналами у галузі рекрутингу низку ключових викликів та відкриває нові можливості. Постійне наростання автоматизації у сфері управління персоналом, використання штучного інтелекту для аналізу резюме та інші технологічні досягнення стають викликами для процесів рекрутингу, оскільки вони можуть змінювати характер роботи та вимагати нових навичок від співробітників. Тим не менше, ці інновації значно ефективізують витрати часу та зусиль при відборі персоналу.

Сучасна робоча сила переживає значні демографічні зрушення, з виходом на пенсію представників покоління бейбі-бумерів та активним приходом на ринок праці молодого покоління [2]. Ці зміни можуть суттєво вплинути на робочі місця загалом і на весь процес найму, оскільки компанії можуть бути змушені адаптувати свої стратегії залучення та

утримання персоналу, щоб привертати молодших працівників.

Опитування Cigna International Health 2023 демонструє, що 75% таких працівників більш емоційно чутливі та відчувають стрес на роботі, тому сучасні роботодавці повинні бути дуже стурбовані умовами праці. Вони повинні зробити все можливе, щоб уникнути можливості Великої відставки та наповнити весь робочий процес приємною атмосферою [6].

Також значущу роль відіграє позитивний досвід кандидата, який слугує основою для формування сильного бренду компанії та становить одну з переваг роботодавця в умовах високої конкуренції. Таким чином, вимірювання Candidate Experience є важливим етапом у зміцненні роботодавчого бренду та досягненні успіху в конкурентній боротьбі. Впровадження цього процесу дозволяє виявити можливі проблеми взаємодії компанії з кандидатами та в подальшому знаходити оптимальні рішення. Крім того, результати аналізу Candidate Experience допомагають рекрутерам переглядати свою роботу з іншого погляду [3].

Сучасний рекрутинг - це надзвичайно важливий і динамічний аспект сучасного бізнесу та громадянського суспільства, який відіграє значущу роль у формуванні і розвитку організацій та спільнот. Він визначає, як ефективно та точно організації можуть залучати нових працівників та розвивати існуючий персонал. Дослідження вибірки та відбірки — це важливі складові рекрутингу, які спрямовані на залучення найкращих кандидатів до організації. Вибірка в рекрутингу полягає у визначенні та відборі цільової аудиторії для позиції, яка вакантна.

Застосування наукових підходів до вибірки дозволяє ретельно обирати аудиторію та забезпечувати репрезентативність вибірки, тоді як вдосконалення процесу відбору, використовуючи структуровані інтерв'ю, психометричні тести та інші інструменти, допомагає знайти найкращих кандидатів. Технологічні інновації, такі як штучний інтелект і онлайн-платформи, додають швидкості та точності цим процесам [1].

Отже, вибір розвитку в сфері рекрутингу після завершення навчання на соціолога виявляється не тільки розумним, але і вельми обіцяючим рішенням. Соціологія як наука надає глибоке розуміння суспільства, його структури, динаміки, та впливу соціокультурних факторів. Це розуміння може стати вашим потужним інструментом в сфері рекрутингу.

Специфічні переваги включають вашу здатність розуміти людську поведінку та відчувати соціокультурні впливи. Ваші навички дослідницької методики, розвинуті в процесі навчання, допомагають ставити точні питання, аналізувати дані та приймати об'єктивні рішення.

Таким чином, спілкування та міжособистісні навички, розвинені у процесі соціологічних досліджень, виявляються корисними при взаємодії з кандидатами та клієнтами. Розуміння різноманітності і культурного контексту, також здобуте вами, розширює вашу спроможність ефективно взаємодіяти з різними групами [5]. Окрім цього, рекрутинг — це розмаїта галузь, яка відкриває безліч можливостей. Ви можете вибрати галузь, яка вас найбільше зацікавлює та відповідає вашим амбіціям. Загалом, розвиток у галузі рекрутингу надає можливість використовувати вашу унікальну експертизу та навички для сприяння знаходженню найкращих кандидатів, розвитку успішних команд і підтримки організацій у досягненні їхніх цілей.

Література

1. Іванова С. Мистецтво добору персоналу. Як оцінити людину за годину. Дніпро: Моноліт, 2019. 304 с.

2. Найважливіші виклики у сфері найму до 2023 року та шляхи їх подолання URL:<<https://playhunt.io/ua/blog/hiringchallenges>> (Дата звернення: 16.11.2023)
3. Тренди й стратегії рекрутингу 2023. LinkedIn. URL:<<https://www.linkedin.com/pulse/тренди-й-стратегії-рекрутингу-2023-talentc-tech>> (Дата звернення: 16.11.2023).
4. Морозов А. Ю., Шуст Н. Б. Становлення інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. № 41(7-9), 2022, С. 26-38.
5. Шуст Н.Б. Проблема впливу геополітичного концепту на імплементацію демократії. *Наукові перспективи: журнал*. 2022. № 5(23) 2022. С.159-167.
6. Шуст Н.Б. Демократичні концепції та їх зв'язок з брендом країни на міжнародній арені через індекси демократії. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 6(8). С. 544-551.
7. Collings, D. G., & Mellahi, K. Strategic Talent Management: A review and research agenda. *Human Resource Management Review*, 2009. 19(4), 304–313.
8. Sheila M. Rioux, Paul R. Brewster and Richard S. Wellins. "The Globalization of Human Resource Practices". January 2008. *NHRD Journal*. Vo.2. No.1. P. 88-91 URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0974173920080120>
9. Shust, N., Tymchuk, L., Maidaniuk, I., Sydorenko, I., Puzyrenko, Y., & Nevmerzhytska, O. Education as an Effective Component of Political Development and Socio-Economic Prosperity in Society. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*, 2022. 14(4), 463-476.
10. Smart G., Street R. Who: the A method for hiring. Ballantine Books, 2008. P.192
11. Timmes M. Millennials and gen Z: now is the time to reshape businesses to harness their power. *Forbes coaches council*. URL:<<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2022/06/27/millennials-and-gen-z-now-is-the-time-to-reshape-businesses-to-harness-their-power/?sh=42973c6f5c98>> (Accessed: 16.11.2023).

Репін М.С.

аспірант кафедри комерційної діяльності і логістики,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - д.е.н. проф., зав. кафедри комерційної діяльності і логістики Олексюк О.І.

ГОРИЗОНТИ ВИКОРИСТАННЯ AI-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ НАДАННЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Світовий ринок транспортно-логістичних послуг технологічно зростає і гравці ринку застосовують технології Artificial Intelligence у своєму технологічному розвитку. AI-ринок охопив галузі економіки та поширює тенденцію загальної диджиталізації бізнесу. Більшість аналітиків зазначають, що якщо у 2021 році вартість AI-ринку дорівнювала \$56,5 млрд., то у 2027 році очікується, що AI-ринок досягне \$308,5 млрд. Значення показника CAGR прогнозується на рівні 31,9% [1]. За іншими прогнозами експерта Bergur Thormundsson вартість AI-ринку зросте від \$241,8 млрд у 2023 р. до \$740 млрд у 2030 році, а значення показника CAGR сягатиме 17,3% [2]. В свою чергу експерти Next Move Strategy Consulting очікують підвищене зростання обсягу AI-ринку, який оцінювався компанією в \$95,6 млрд у 2021 році до \$1847,58 млрд. у 2030 році, а показник CAGR матиме значення 32,9% у 2022-2030 рр. [3]. Як бачимо прогнози експертів щодо вартості AI-ринку різняться між собою, проте усі вони вказують на його суттєве зростання.

Використання AI-технологій для удосконалення надання транспортно-логістичних послуг може призвести до значного покращення ефективності даного виду економічної діяльності. Ось деякі приклади їх застосування:

➤ *Маршрутизація.* За допомоги AI-технологій можна розробляти оптимальні маршрути для транспортування товарів з урахуванням різних факторів, що зменшує витрати на паливе, пришвидшує доставку та підвищує якість надання послуги.

➤ *Діагностування.* З використанням сенсорів та аналізу отриманих даних AI-технології можуть відслідковувати стан транспортних засобів та вчасно виявляти технічні поломки. Це значно підвищує безпеку транспортних перевезень та впливає на своєчасність виконання замовлень.

➤ *Прогнозування попиту.* AI-технології аналізуючи великі масиви даних можуть прогнозувати попит на транспортно-логістичні послуги в залежності від пори року, свят та персоналізації потреб споживача.

➤ *Автоматизація доставки.* За допомоги сучасних AI-технологій створюються автономні транспортні засоби, які спроможні надавати транспортно-логістичні послуги без участі людини. Також, з використанням сучасних технологій IoT та сенсорів, AI може надавати відомості про місцезнаходження вантажу в реальному часі, що дозволяє замовникам послуги відстежувати статус доставки.

Отже, до трендів AI-ринку входять чат-боти, AI-технологій, мобільні програми, які ефективно працюють у бізнесі транспортно-логістичних послуг. Завдяки AI-технології компанії автоматизують транспортно-логістичний сервіс. Прогноз ринку автоматизації транспортно-логістичних послуг надає зростання попиту на автоматизовану логістику. Автоматизовані логістичні рішення, за даними компанії Maersk [4], використовують AI-технологію, створюють цифрового двійника та збільшують продуктивність транспортно-логістичного сервісу; формулюють віртуальну копію фізичних активів, таких як обладнання, склад. Це дозволяє компанії удосконалити ланцюжки постачання у реальному часі, приймати обґрунтовані рішення. AI-технології компанії Amazon [5] і FedEx [6] автоматизують склади та транспорт.

Програмні засоби на базі AI-технології використовують для прогнозів; інвентаризації; маршрутизації; контролю автоматизованих активів і роботів. Дистанційні безпілотники з програмним управлінням на базі AI-технології доставляють медичні товари до важкодоступних регіонів. Startup компанії Zipline International Inc. пропонує безпілотними, щоб управляти комерційною системою донорства крові, яка доставляє кров та плазму в регіони світу, де логістика ускладнена [7]. Автоматизація логістики на засадах AI-технології свідчить про зростання тенденції диджиталізації світового бізнесу.

AI-ринок стикається з розв'язанням проблеми, яка поширюється на ринок транспортно-логістичних послуг, оскільки гравцям ринку надається підвищений ризик стати жертвою кіберзлочинів у відносинах з AI. Всупереч позитивним сторонам AI-технології, присутні ринкові ризики застосування. Internet Crime Complaint Center попереджає о ризиках кіберзлочинів [8]. У рамках AI злочинці отримують незаконні дані про клієнтів та впливають на кібербезпеку ринку транспортно-логістичних послуг. Проблеми кібербезпеки у відносинах AI та безпілотників теж вимагають вирішення, оскільки запис відзнятого матеріалу передається через бездротову мережу до електронних пристроїв, що суперечить кібербезпеці. AI впливає на клієнтський сервіс. У 2022 році з 1059 респондентів 43% заявили, що незадоволені розмовою з менеджером по роботі з клієнтами, керованим AI технологією, а задоволених – 25% респондентів [9]. AI надає реалістичний зв'язок з людиною та обмежує

ступінь задоволення потреб клієнтів. Проте динамічність розвитку самих AI-технологій в майбутньому знайде вирішення цим проблемам і подальше використання штучного інтелекту для диджиталізації надання транспортно-логістичних послуг має позитивний прогноз.

У підсумку слід зазначити, що стратегічні виклики ринкової економіки передбачають трансформування галузі транспортно-логістичних послуг у національній економіці з урахуванням стратегії сталого розвитку та нових технологічних укладів. В Україні пріоритет надається глобальним викликам розвитку транспортно-логістичних послуг, які визначають розвиток Digital-економіки, Digital-інфраструктури, безпеки Digital-процесів. Виклики мобілізовані розвивати науковість та високопродуктивні транспортно-логістичні послуги у контексті глобальних економічних змін та розвивати екосистеми, додають актуальності проблемі дослідження [10]. В майбутньому AI-технології допоможуть у розвитку точніших систем прогнозування попиту, оптимізації маршрутів, управління запасами та витратами, дозволять створити більш складні та ефективні логістичні мережі, що сприятиме зростанню торгівлі та обміну товарами між країнами.

Література

1. Artificial Intelligence Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027 [Електронний ресурс]. Research and Markets. 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5547109/artificial-intelligence-market-global-industry#cat-pos>. (Last accessed: 29.10.2023).
2. Market size and revenue comparison for artificial intelligence worldwide from 2018 to 2030 [Електронний ресурс]. Global data and business analytics platform Statista. 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/941835/artificial-intelligence-market-size-revenue-comparisons/>. (Last accessed: 29.10.2023).
3. Artificial Intelligence (AI) Market [Електронний ресурс] Next Move Strategy Consulting. 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nextmsc.com/report/artificial-intelligence-market>. (Last accessed: 29.10.2023).
4. Logistics solutions [Електронний ресурс] A.P. Moller - Maersk. 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.maersk.com/>. (Last accessed: 29.10.2023).
5. Digital Services and Device Support [Електронний ресурс] Amazon.com, Inc.. 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=200127470>. (Last accessed: 29.10.2023).
6. Powering global connections. CORPORATE OVERVIEW [Електронний ресурс] // FedEx Corp.'s. 2023. Режим доступу до ресурсу: <https://www.fedex.com/content/dam/fedex/us-united-states/About/upload/Q1-FY24-Corporate-Overview.pdf>. (Last accessed: 29.10.2023).
7. The latest in autonomous delivery technology [Електронний ресурс]. Zipline. 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.flyzipline.com/>. (Last accessed: 29.10.2023).
8. Protecting our digitally-connected world is a top priority and focus of the FBI [Електронний ресурс]. Internet Crime Complaint Center (IC3). 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ic3.gov/>. (Last accessed: 29.10.2023)
9. AI in logistics - statistics & facts [Електронний ресурс]. Global data and business analytics platform Statista. 2023. Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/topics/11469/ai-in-logistics/#topicOverview>. (Last accessed: 29.10.2023).
10. Репін М.С. Сучасні виклики розвитку транспортно-логістичних послуг у контексті глобальних економічних змін. Збірник наукових праць "Вчені записки". Київ : КНЕУ, 2023.

Степанюк К.О.

студент 4-го курсу «Економіка підприємства»

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Швиданенко Г. О.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСАД ДИНАМІЧНОГО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В ПРОЦЕСІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Вступ. У світлі сучасних викликів і глобальних трансформацій, які формують розвиток економіки післявоєнного періоду, дослідження основних принципів динамічного розвитку інновацій стають необхідною складовою стратегічного управління та досягнення сталого економічного зростання. Сучасний світ поступово змінюється під впливом технологічних революцій, геополітичних зрушень та нових викликів. Це спонукає до системного розуміння та ефективного використання інноваційних підходів у процесі налагодження економіки після конфліктів.

Результати дослідження. В Україні, ще з початком незалежності почали прийматися численні документи стратегічного планування, законодавчі акти про інноваційну діяльність науково-технічні програми. В наш час, навчальні заходи більш спрямовані на наданні багатьох практичних кейсів студентам, надаючи їм змогу вирішувати реальні можливі задачі, пропонуючи свої нові ідеї, застосовуючи набуті знання та використовуючи розумовий ресурс для запропонування абсолютно нового, інноваційного способу вирішення поставленої задачі.

Україна починає переймати досвід таких країн як США та Фінляндія, адже ці країни є лідерами по досвіду міжнародного стимулювання інноваційного співробітництва між бізнесом і наукою (університетами). Дані програми забезпечують стабільність плинності кадрів та економіки, адже бізнеси одразу отримують готови спеціалістів з практичними навичками, котрі готові навчатися та працювати [1].

Щоб підтримувати економіку і під час ведення бойових дій та після них, то Україні також слід розглянути досвід фінансування США Для фінансування фундаментальних і прикладних робіт держава створює спеціальні програми фінансування, такі як [1]:

- а) програма створення компаній інвестування малих підприємств (SBIC);
- б) програма трансферу технологій малих підприємств (STTR);
- в) програма інноваційних досліджень малих підприємств (SBIR).

В даний час дані способи поліпшення інноваційної діяльності у всій країні не мають передового характеру, адже існують інші нагальні проблеми [2]. Україна знаходиться на межі руйнації науково-технічного та інтелектуального потенціалу суспільства, у зв'язку з воєнною навалою збільшився темп еміграції з країни робочої сили. Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок зменшується, частка на наукові дослідження в розрахунку на одного науковця в Україні складають в рази менші ніж в європейських країнах (Державна служба статистики України, 2022) [4].

Першим кроком до відновлення інноваційної діяльності та її розвитку стане створення нових робочих місць з привабливою заробітною платою та належними умовами праці, щоб українці, котрі емігрували за час війни, хотіли повернутися до рідної країни та розвивати вітчизняну економіку. Для цього потрібні великі залучення фінансів, проте наразі проблемою є недостатність фінансування в інноваційний розвиток. Більша частина інвестицій припадає

саме на підприємства, котрі самі себе і фінансують, виділяють великі суми коштів в розвиток своїх підприємств. Підтвердженням даних висновків є таблиця 1 [3].

Таблиця 1. Структура витрат на інновації промислових підприємств за 2018- 2020 роки [3]

Джерела фінансування	2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	Тис. грн	% до усього	Тис. грн	% до усього	Тис. грн	% до усього
За рахунок власних коштів підприємств	10742	88,2	12474,9	87,7	12297,9	85,4
Коштів державного бюджету	639,1	5,2	556,5	3,9	279,5	1,9
Коштів місцевих бюджетів	13,4	0,1	109,9	0,8	51,1	0,3
Коштів інвесторів-резидентів	109,7	0,9	72,3	0,5	45,3	0,3
Коштів інвесторів не резидентів	107	0,9	42,5	0,3	125,3	0,9
Кредитів	473,9	3,9	853,2	6	1377,2	9,6
Коштів інших джерел	95	0,8	111,6	0,8	230,6	1,6
Усього	12180,1	100	14220,9	100	14406,9	100

За даними таблиці 1 можна побачити, що більша частина, 88,2% припадає саме на підприємства, вони фінансують розвиток інновацій за рахунок власних коштів. Держава ж виділяє 5,2% від загальної суми проінвестованих коштів. Дані взяті за 2018-2020 роки, коли повномасштабної війни ще не було. Отже, можна тільки уявляти, наскільки зараз відсотків фінансування від держави знизилося порівняно з довоєнними часами.

Тому, другим кроком у відновленні економіки країни після перемоги є значне збільшення частки інвестування в інновацій діяльність саме за кошти держави, адже таким чином відбувається стимуляція та мотивація не тільки власників, але й робітників.

Третім, не менш важливим кроком є заохочення державою людства до створення інновацій, їх патентування чи ліцензування, отримання авторських прав на свої власні розробки [4 с.123]. Дана діяльність також сприятиме та мотивуватиме громадян на створення інновацій у країні та їх поширення та використання як в Україні, так і за кордоном. Четвертим кроком є створення нових цікавих та сучасних проєктів, які могли б зацікавити іноземних інвесторів. Залучення іноземної валюти та їх підтримки також матиме позитивний вплив на економіку та діяльність вітчизняних підприємств [4 с.142]. Навіть зараз іноземні інвестори зацікавлені в інвестуванні окремих проєктів, проте високий рівень корупції в країні ускладнює цей процес. Але, через те що в країні триває війна, інвестовані кошти в розвиток підприємств чи окремих проєктів точно будуть задіяні на території України, а не поза її межами. Загалом, інвестори вбачають привабливість в інвестування українських проєктів, але існують високі ризики втрати вкладених коштів як і через зовнішні, так і внутрішні фактори.

Загалом, для сталого розвитку інноваційної діяльності, внаслідок чого економіка країни почне розквітати, держав повинна створити правильні та сприятливі умови, а саме сталий

розвиток діяльності та безпеку. Україна і раніше і зараз стикається з економічними та соціальними викликами, та попри це наша держава відновлюється, стає сильнішою та розвиває усі аспекти життя, включаючи інноваційний розвиток.

Переймаючи досвід зарубіжних країн, впроваджуючи нові способи розвитку та стимуляції населення та створюючи абсолютно нові підходи наша країна прийде до швидкого післявоєнного відновлення.

Література

1. Шандова Н.В., Тарасюк А.В. Концептуальні засади активізації інноваційної діяльності підприємств. Харків, 2023. 68-78.
2. Yakovlev Innovative activity as a factor of economic development of small enterprises. Economy: realities of time Kyiv, 2014. 2(12), 115-119
3. Verner I. Statistical Yearbook of Ukraine for 2021: Stat. collection. Kyiv, 2022. 444 с.
4. Омеляненко В. А. Інноваційні основи відновлення та розвитку країн після збройних конфліктів: інноваційний вимір: колективна монографія. Суми, 2022. 280 с.

Тишнюк В. С.

студент 1 курсу магістратури

факультет економіки та управління

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент, професор Лаврененко В. В.

ВПЛИВ ШВИДКОЇ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ

Розвиток характерний для багатьох суспільних та соціальних явищ, в його перебігу можна виокремити певні етапи, які можна охарактеризувати та проаналізувати отриманий досвід, який надалі можна використовувати задля власних цілей або нових можливостей. Трансформація у сфері бізнесу відбувається завдяки появі та використанню різних інновацій. Значні трансформації можуть докорінно змінити структуру бізнесу, тому розгляд інноваційних продуктів, які зараз набирають великих оборотів є важливим і доцільним саме на початку розвитку цих продуктів.

Сучасні споживачі часто отримують інформацію щодо певних сайтів або додатків зі штучним інтелектом (ШІ), який, на перший погляд, може вирішити майже будь-яку проблему або дати відповідь на будь-яке запитання чи зробити певну роботу. Швидкий розвиток технологій, таких як ШІ, інтернет речей, блокчейн тощо суттєво впливає на економіку. Важливо зрозуміти, як ці технології змінюють підходи до бізнесу і як компанії адаптуються до них.

Штучний інтелект - це дослідження та розробка методів для розв'язання завдань, які вимагають розуміння, що зазвичай пов'язані з людським інтелектом. Ці методи включають аналогію, дедукцію та індукцію, а також накопичення базових знань і їх використання [1]. Штучний інтелект також орієнтований на розв'язання надзвичайно складних або таких завдань, для яких інші методи не ефективні. Крім того, він спрямований на створення систем, які можуть навчатися та потенційно замінити інтелектуальні системи, що використовуються людьми-експертами. Великі можливості, які надає ШІ, можуть бути й корисним і шкідливими. Основні поняття, пов'язані зі ШІ, на які варто звернути увагу [2]. Data science — це процес аналізу інформації для управлінських рішень, включаючи збір, обробку даних, оцінку ризиків,

моделювання та прогнозування, використовуючи інформаційні та телекомунікаційні технології. Machine learning — частина штучного інтелекту, що використовує статистичні методи, щоб навчити комп'ютер вчитися та поліпшувати свій результат. Deep learning ґрунтується на автоматизованому або напівавтоматичному навчанні комп'ютерних алгоритмів для розпізнавання характеристик у вихідних даних. Computer vision — це галузь ШІ, яка фокусується на розробці теорій, методів та технологій для створення комп'ютерів, які можуть виявляти та відстежувати об'єкти.

Блокчейн - це технологія розподіленої бази даних, що ґрунтується на послідовному ланцюжку записів. Спочатку використовувалася в криптовалютах, зокрема в біткоїні, для безпечних транзакцій, запобігаючи фальсифікації даних та забезпечуючи швидке виконання операцій. По суті блокчейн є безпечною розподіленою базою даних, яка використовується всіма учасниками мережі. Його дані зберігаються в блоках, і кожний блок криптографічно пов'язаний із попереднім. Це суттєво ускладнює зміну збереженої інформації, а отже суспільство отримує безпечніший варіант банківського рахунку з якого також можна переказувати кошти, але в іншій валюті – криптовалюті, яку можна легко поміняти на іншу необхідну валюту.

Однак технологія блокчейну має свої недоліки, які гальмують її розвиток [3]. Деякі країни не розглядають криптовалюту як перспективний засіб оплати через її закритість та складнощі у отриманні даних про особу, що здійснює операції за допомогою блокчейну. Ці недоліки насправді є особливостями блокчейну, які мають свої переваги. Поки ці особливості не будуть прийняті, трансформація відбуватиметься обмежено. Державна підтримка технології блокчейну є ключовою для її використання в бізнесі. Саме через це з інноваціями треба працювати відразу, тому що вони розвиваються безупинно єдиний варіант, щоб розуміти та використовувати всі можливості, які є на цьому світі, це розвиватися також.

Використання ШІ в бізнесі відкриває нові можливості як керівнику, так і працівнику. Працівник виконує певні роботи за допомогою ШІ, а керівник отримує якісну роботу від працівника, проте в окремих випадках серед працівників можуть виникнути панічні настрої. На їх думку, усвідомлення того, що певні їх завдання можуть бути ШІ, робить їхню роботу менш значущою. Однак, на наш погляд, поки ШІ не зможе замінити всі робочі спеціальності, а лише може зробити деяку роботу. Сучасні керівники це розуміють і готові працювати зі ШІ заради виконання поставлених задач швидко і якісно. Отже, бізнес готовий до змін, але трансформація цього бізнесу починається з кожного працівника. Поки працівник не почне працювати за допомогою ШІ та не навчиться використовувати ШІ у своїх задачах, швидка трансформація неможлива.

Швидка технологічна трансформація сильно впливає на бізнес, створюючи можливості покращення певних результатів. Окремі особистості готові використати ці можливості досить швидко, проте, якщо говорити про бізнес, то необхідно оцінювати готовність до змін сукупності працівників та їх лідера, який ініціює шлях розвитку компанії. Маючи команду, потрібно аналізувати, чи готова вона до наступного етапу розвитку чи ще потрібний додатковий час. На нашу думку, команду потрібно розвивати у напрямі розвинення навичок цифрової трансформації, зокрема через співпрацю з іншими командами, які вже використовують інноваційні продукти. Послідовна націленість до розвитку допоможе ефективно трансформувати команду та бізнес.

Література

1. Koibichuk V., Rozhkova M. Research for application of blockchain technologies in the worlds enterprises activity: methodical approach. *Pryazovskyi Economic Herald*. 2020. No. 4(21). URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-4-20> (date of access: 08.11.2023).
2. Кузьомко В., Бурангулова В., Бурангулова В. Можливості використання штучного інтелекту в діяльності сучасних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-67> (дата звернення: 10.11.2023).
3. Academy B. Блокчейн та штучний інтелект – технології майбутнього. *Binance Academy*. URL: <https://academy.binance.com/uk/articles/blockchain-and-artificial-intelligence-the-future-of-technology-explained> (дата звернення: 10.11.2023).

Ханенко Я. О.

«Економіка підприємства», 4 курс,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент, Бойченко К. С.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вступ. Сучасний світ потребує актуальних рішень, тим паче в умовах посилення конкуренції на ринку. Постійно змінювані умови диктують свої правила гри, що звичайно є чи не єдиним способом вберегти своїх клієнтів та залучити нових. Саме в цьому і вбачається сенс адаптації підприємства до швидкоплинних вимог, завдяки інноваційній бізнес-моделі. Проте варто також віднайти баланс між ефективністю, конкурентоспроможністю та інноваційністю, і лише після цього модель дозволить оперативно реагувати на змінні ринкові умови, а також ефективно управляти ризиками та ресурсами.

В сучасному діловому світі інновації виступають як основоположний елемент прогресу для багатьох компаній. Інноваційні підходи до виробництва дозволяють компаніям оптимізувати використання ресурсів, скорочувати час виробництва та значно підвищувати якість продукції. Це не лише призводить до зниження витрат, але й відкриває двері для створення інноваційних продуктів, які можуть радикально змінити ринковий ландшафт. Також варто зазначити, що інноваційна бізнес-модель – це методика організації бізнес-процесів, що включає інтеграцію капіталу, робочої сили та матеріальних ресурсів для створення унікальної споживчої вартості. Ця вартість досягається за допомогою використання новітніх технологій, інноваційних матеріалів та ресурсів, а також сучасних підходів до управління й застосування наукових досягнень. Водночас, інноваційна діяльність вимагає не лише креативності та технічної експертизи, але й глибокого аналізу ринку та планування. Важливо провести всебічну оцінку потенційних ризиків та забезпечити належний контроль на всіх етапах розробки та впровадження інновацій. Такий підхід дозволяє максимізувати віддачу від інноваційних проектів і мінімізувати можливі негативні наслідки, забезпечуючи сталість та довгостроковий розвиток компанії.

Метою дослідження особливостей формування інноваційної бізнес-моделі є визначення ключових факторів та стратегій, які сприяють створенню успішної та ефективної інноваційної бізнес-моделі в умовах сучасного господарювання.

Огляд фахової літератури за темою дослідження. Інноваційні бізнес-моделі представляють собою новаторський підхід, який об'єднує інновації в процесах, продуктах і способах ведення бізнесу. І звичайно, вчені по-різному можуть трактувати дане поняття,

обираючи вагомий чинник оцінювання. Одні економісти інновацію розглядають як наслідок, інші – як процес отримання результатів. Трактування інновацій через результат впровадження нововведень передбачає, що інновації розглядаються як кінцевий результат впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління та отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту [1, с. 188]. Подібний підхід до визначення сутності інновацій характерний не лише для наукових праць, а й для документів, що регулюють практичні аспекти інноваційної діяльності. Так, відповідно до Керівництва Фраскаті, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг [3, с. 56].

Результати дослідження. Дослідження розглядає інноваційні бізнес-моделі як ключовий елемент для динамічного розвитку економіки, що забезпечує конкурентоспроможність. Визначається, що інновації можуть бути розглянуті як процес перетворення наукового знання на інновацію, що означає послідовний ланцюг подій від ідеї до реалізації продукту, технології чи послуги. Вони грають важливу роль у створенні сучасних бізнес-моделей, в яких основними елементами виступають: інноваційна складова в діяльності організації, стратегічне розміщення компаній у галузевій структурі та схема досягнення прибутку.

У сучасному світі, що швидко розвивається, багато бізнес-моделей застарівають, тому необхідно використовувати інноваційну бізнес-модель. Вона повинна включати такі фактори, як стратегія, структура та конкуренція компаній у галузі, наявні ресурси на підприємстві, основні параметри попиту на продукцію чи послуги, рівень розвитку суміжних та підтримуючих галузей [2, с. 149].

Звичайно, що багато організацій активно впроваджують інноваційні підходи в свої бізнес-моделі, що виступають як захисний механізм проти агресивних дій конкурентів. Ці моделі не тільки служать бар'єром для зовнішніх загроз, але й відкривають перед підприємствами нові горизонти, стимулюючи їх розвиток та зростання. Проте, інноваційність у бізнес-моделях також може сприяти посиленню креативності всередині компанії, заохочувати розробку унікальних продуктів та послуг, які можуть привернути нових клієнтів та відкрити нерозроблені ринкові ніші. У такому контексті інновації стають не просто інструментом конкуренції, а й ключем до довгострокової стійкості та процвітання компанії на ринку. Тобто варіація даного кейсу є досить таки широкою.

Загалом компанії можна класифікувати на три основні типи бізнес-моделей: компанії повного циклу, компанії, що зосереджуються на розробці та дослідному виробництві, а також компанії, які організовують виробництво на основі чужих розробок і ті, що часто передають виробничі та інші операційні процеси на аутсорсинг. І всі вони стикаються з труднощами, які ускладнюють створення інноваційної бізнес-моделі:

- Опір змінам, що є однією із найбільш вагомих проблем (навіщо щось змінювати, коли все і так добре)
- Нестандартне мислення, що пов'язане із рамками виходу за межі загальної, стандартної логіки в галузі (боязнь відходити від стандартів)
- Труднощі, пов'язані з необхідністю мислити категоріями бізнес-моделей, а не технологій чи продуктів
- Відсутність ресурсів, так як інновації вимагають часу, фінансів та інших ресурсів

До того ж, в ході досліджень Американської асоціації менеджменту з'ясувалося, що на розробку нових бізнес-моделей глобальні компанії виділяють не більше 10% загальних

інвестицій в інновації. А також було визначено загальний процес розробки конкурентоздатної та ефективної бізнес-моделі, що включає в себе декілька ключових етапів: аналіз бізнес-моделі галузі; аналіз бізнес-моделі, яку вже використовує підприємство; цілі стратегії розвитку підприємства; розробка нової бізнес-моделі для обраного підприємства та її конкретизація [4, с. 25].

Висновки і пропозиції. Інноваційна бізнес-модель є на сьогодні найважливішою конкурентною перевагою фірми, якщо вона чітка, зрозуміла, диференційована та важко реалізується іншими компаніями. Проте, загальні принципи функціонування бізнес-моделей наразі мають доповнюватися новими підходами та інструментами. Серед численних існуючих рекомбінацій основних бізнес-моделей особливої значущості набувають інноваційні бізнес-моделі, насамперед бізнес-моделі великих даних, а також цифрові бізнес-моделі, що базуються на взаємодії та довірі. Відповідно цьому, зазначимо, що компаніям варто зосередитися на довгостроковому плануванні та гнучкості у веденні бізнесу. Обов'язково підприємства повинні постійно вивчати ринкові тенденції та стратегії конкурентів, щоб виявляти потенційні можливості та загрози та адаптувати свої бізнес-моделі відповідно. І заключною пропозицією стане необхідне збільшення інвестицій в інноваційну діяльність та навчання співробітників.

Література

1. Харів П. С., Микитюк П. П. Аналіз стану інноваційного розвитку промислових підприємств та шляхи його стимулювання. Економічний аналіз. 2014. Т. 16 (2). С. 187–195. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecan_2014_16\(2\)_28.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecan_2014_16(2)_28.pdf) (дата звернення: 11.11.2023).
2. Ватченко О. Б., Ватченко Б. С., Черевко О. Л. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Дніпро: Акцент ПП, 2017. 404 с.
3. Тридід О. М. Розробка інвестиційної стратегії підприємства як напрям забезпечення його інвестиційної привабливості. Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук. пр. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. № 1 (37). С. 53-59. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Uprv_2011_1_17.pdf (дата звернення: 12.11.2023).
4. Волощук Ю.О., Волощук В.Р. Формування інноваційної бізнес-моделі підприємств. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 46. С. 23–30. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2020/46_2020_ukr/6.pdf (дата звернення: 12.11.2023).

Яловська Ю.М.

«Економіка підприємства», 4 курс

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к.е.н., кандидат економічних наук Чухраєва Н.М.*

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі інновації є джерелом конкурентних переваг для підприємств. Вплив інноваційних технологій на результативність бізнесу визначає його успішність та життєздатність у стрімкодiючому середовищі. Отже, дослідження та аналіз цього впливу

мають велике значення для розуміння не лише сутності цієї взаємодії, але й для визначення шляхів оптимізації функціонування підприємства.

Мета даного дослідження: з'ясувати вплив інноваційних технологій на результативність підприємства, зокрема в контексті підвищення ефективності виробництва, оптимізації бізнес-процесів та розвитку конкурентних переваг.

Наразі, в галузі дослідження впливу інноваційних технологій на результативність підприємства, фахова література відображає значне розмаїття підходів та точок зору. Згідно з Джозефом Шумпетером, одним із визначальних економістів у сфері інновацій, інновації є основним джерелом економічного зростання та розвитку. Шумпетер підкреслює, що новаторські технології можуть створювати нові ринки, перетворюючи економіку та змінюючи структуру підприємства [1].

Додатково, Майкл Портер, провідний експерт у стратегічному управлінні, вказує на важливість вирізнення конкурентних переваг через впровадження інноваційних технологій. Він підкреслює, що створення унікальних продуктів чи послуг за допомогою новаторських технологій дозволяє підприємствам виходити за межі простої конкурентної боротьби та забезпечує стійке місце на ринку [2].

У рамках аналізу впливу інноваційних технологій на діяльність підприємства виявлено, що на сучасному етапі використання конкретних технологій, таких як інтернет речей, штучний інтелект (AI) та автоматизовані системи, приводить до істотного покращення продуктивності, підвищення якості продукції та збільшення конкурентоспроможності [3]. Впровадження цих систем дозволяє віддалено стежити й керувати виробничими процесами, зменшуючи час на усунення неполадок та оптимізуючи ресурсне використання. Застосування AI сприяє автоматизації рутинних завдань та розробці більш точних стратегій на основі аналізу великих обсягів даних. Це призводить до покращення ефективності виробництва та розробки продуктів, а також забезпечує підприємство конкурентними перевагами у сучасному ринковому середовищі [4].

Зважаючи на міжнародний досвід, успішні приклади впровадження інноваційних технологій спостерігаються у країнах, таких як Сполучені Штати, Японія та Німеччина. Наприклад, США використовують інтернет речей в сільському господарстві, що може послужити позитивним прикладом для його застосування в Україні. У Японії високий рівень автоматизації виробництва, особливо за допомогою роботів, що може бути цінним досвідом для вдосконалення українського виробництва. Німеччина, завдяки ініціативам з розумного виробництва, показує шляхи оптимізації виробничих процесів, що може бути корисним для підприємств в Україні. Інтеграція таких методів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств на міжнародному ринку [5].

Інноваційні технології також дозволяють ефективно впливати на енергоефективність, що призводить до зменшення витрат на енергію та оптимізації використання природних ресурсів. Це не лише знижує витрати, але й сприяє створенню більш стійких та екологічно чистих виробничих процесів.

Впровадження інноваційних технологій на підприємстві значно підвищує ефективність виробництва шляхом оптимізації процесів та зменшення витрат, що сприяє загальному покращенню функціонування підприємства та дозволяє підприємству пропонувати конкурентоздатні ціни та якість продукції, що привертає нових клієнтів та збільшує відданість вже існуючих.

Новітні технології дозволяють підприємствам швидше реагувати на зміни до вимог ринку та вигравати в змаганні за увагу споживачів, що сприяє росту їхньої частки на ринку.

Відтак, впровадження інноваційних технологій стає ключовим чинником для зміцнення позицій підприємства та досягнення конкурентних переваг на ринку.

У ході аналізу факторів успіху та можливих перешкод при впровадженні інноваційних технологій на підприємстві було виявлено, що кілька ключових чинників сприяли успішному впровадженню [6]. Серед них - належне лідерство та підтримка від керівництва, що має важливе значення для впровадження нових технологій. Підтримка та рішучість зі сторони вищого керівництва сприяє створенню атмосфери, сприятливої для інновацій та їхнього прийняття всіма рівнями підприємства.

Також виявлено, що активна участь та залучення персоналу на всіх етапах впровадження інноваційних технологій відіграють ключову роль. Залученість персоналу та їхні знання сприяють успішному адаптуванню та впровадженню нових технологій в робочий процес. Впровадження новаторських рішень дозволяє підприємствам створювати унікальні продукти чи послуги, які виходять за межі звичайних стандартів. Це допомагає виокремитися на ринку та залучати увагу клієнтів через надання інноваційних та покращених можливостей.

Проте важливо відзначити, що під час впровадження інновацій можуть виникнути певні перешкоди, такі як опір з боку персоналу, відсутність необхідних ресурсів або технічних складнощів. Однак, здійснення необхідних навчань та підтримка керівництва дозволяють подолати більшість цих перешкод та створити сприятливі умови для успішного впровадження інноваційних технологій [7].

Зокрема, важливо проводити дослідження щодо майбутніх інновацій, таких як впровадження штучного інтелекту для автоматизації та оптимізації бізнес-процесів, розвиток інтернет речей для підвищення продуктивності виробництва та використання технології блокчейн для забезпечення безпеки й ефективного управління даними. Це дозволить підприємству не лише залишатися конкурентоспроможним у своїй галузі, а й створить основу для подальшого стабільного розвитку та успіху в майбутньому [8].

Отже, майбутнє використання інноваційних технологій має великий потенціал для подальшого розвитку підприємства. Впровадження новаторських технологій, таких як штучний інтелект, автоматизація процесів та використання великих обсягів даних, суттєво підвищує ефективність, сприяє зменшенню витрат та покращенню якості продукції. Ці технології дозволяють підприємствам мати конкурентні переваги на ринку, пропонуючи інноваційні рішення та привертаючи увагу споживачів. Крім того, слід звернути увагу на розвиток та навчання персоналу для успішного використання нових технологій, що є важливим елементом для досягнення конкурентоспроможності та створення стійкої бази для подальшого розвитку.

Література

1. Masliukivska, A. The innovation theory of Joseph Schumpeter: from the classical definition of the term "innovation" up to the modern understanding of the innovation ideas. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Economics*. 2013. № 145, 59–61. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2013/145-4/21>(дата звернення: 07.11.2023).
2. Porter, M. E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Simon & Schuster, Limited. 2008.
3. Цеслів, О. Штучний інтелект в економіці. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 6. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-6\(6\)-70-78](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-6(6)-70-78)(дата звернення: 07.11.2023).

4. Sidelnikova I., Solopun N. Інноваційне підприємництво як напрямок розвитку сучасного підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2020. № 25. С. 146. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2020.25.0.146>(дата звернення: 07.11.2023).
5. Вплив підприємницького середовища на розвиток ринку інноваційних технологій в Україні. 2021. № 7. С. 28–40. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.27.08.2021.002>(дата звернення: 07.11.2023).
6. Чухлата, Ж. Г. Проблеми впровадження інноваційних технологій в умовах економіки України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 57, 129–133.
7. Дубінський С. В., Щербініна Т. О. Проблеми інноваційного розвитку підприємств та його особливості в Україні. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2017. Т. 1, № 22. С. 21–32. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2017-1-22-3>(дата звернення: 07.11.2023).
8. Буга Н., Пелехацький Д. Перспективи використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-36>(дата звернення: 07.11.2023).

Модератор секції — *Гребешкова О. М.*, канд. екон. наук, доцентка

Бойко А. О.

*Спеціальність 051 «Економіка підприємства», 4 курс,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент Гребешкова О. М.*

РОЛЬ ТА МОДЕЛІ ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Вступ. В сучасному світі, який характеризується нестабільністю, невизначеністю, складністю і неоднозначністю (відповідно до концепції VUCA) особлива увага приділяється проблемам визначення та ролі лідерства, адже саме воно є однією з ключових складових успішного ведення діяльності. З метою забезпечення стабільного розвитку будь-якого сучасного підприємства необхідно зосередити власні зусилля та ресурси на підвищення якості людського капіталу шляхом формування ефективної системи менеджменту персоналу, у якій кожен керівник виступатиме своєрідним лідером, що не лише управлятиме, але й мотивуватиме працівників для досягнення високих результатів у діяльності підприємства [5].

Проблематиці лідерства в діяльності підприємства присвячена велика кількість наукових праць та видань. Визначальними працями є дослідження П. Ф. Друкера та Р. Л. Дафта, котрі розглядали лідерство в якості важливої складової у системі управління персоналом. Сучасні моделі лідерства розкриваються в публікаціях таких дослідників, як Д. Альтман, А. Фенвік, Т. В. Підлісна, В. П. Петренко та ін.

Метою цього дослідження є визначення сутності і ролі лідерства у сучасних бізнес-процесах, характеристика переваг і недоліків моделі, що використовують лідери за умов полікризи.

Результати. Огляд проблемного поля лідерства в сучасних бізнес-процесах доводить, що різні автори по-різному визначають цю категорію. Узагальнюючи відомі погляди на суть лідерства в менеджменті, вважаємо за можливе виділити такі його трактування:

1) лідерство як взаємодія: лідерство — це взаємовідносини між лідером і членами групи, які чинять вплив один на одного і спільно прагнуть реальних змін і досягнення результатів, що відбивають загальну мету [7];

2) лідерство як вплив: лідерство — це вплив на групи людей, який спонукає їх до досягнення спільної мети [2];

3) лідерство як оточення: лідерство — міжособистісна взаємодія, яка виявляється в конкретній ситуації на основі комунікативного процесу і спрямована на досягнення мети [7].

Роль лідерства у розрізі діяльності підприємства важко переоцінити, адже за ним стоїть ряд важливих функцій. Виходячи із визначень можемо перелічити деякі ключові з них [6]:

- створення загального бачення — саме лідери-керівники забезпечують чіткий образ очікуваного майбутнього та налаштовують персонал на бажаний результат;

- активна комунікація — функція вибудовування якісної комунікації з/між підлеглими (послідовниками) та їх інформування стосовно подальших кроків і важливих змін у діяльності;

- мотивування персоналу — процес мотивації співробітників на досягнення якомога кращих показників діяльності підприємства.

Хоча набір функцій та обов'язків лідерів є відносно сталим, це не відмінняє факту існування різноманітних моделей лідерства, що використовуються при спілкуванні з

персоналом. Спираючись на концептуальні положення менеджменту, можливо виділення трьох основних стилів лідерства [4].

Авторитарний стиль характеризується концентрацією всіх повноважень і влади в руках керівника, який, власне, і несе повну відповідальність за всі процеси, що протікають у діяльності підприємства.

Демократичний стиль відрізняється від попереднього залученням кожного члена команди при вирішенні запитань та прийнятті рішень стосовно подальшої діяльності.

Ліберальний стиль полягає у тому, що керівник надає підлеглим значний рівень самостійності у контексті прийняття рішень, при цьому надаючи лише настанови загального характеру та час від часу контролюючи виконавців дій.

Кожен із зазначених стилів лідерства має свої переваги та недоліки (табл. 1), що зумовлюють сферу їх поширення.

Таблиця 1 — Переваги та недоліки стилів лідерства в організації

Стиль	Переваги	Недоліки
1. Авторитарний (диктаторський)	Надійність та компетентність у прийнятті рішень. Ефективність за умови невеликого обсягу часу.	Неврахування інших думок та способів вирішення проблеми. Віддаленність персоналу від керівництва компанії.
2. Демократичний	Більша залученість працівників. Сукупність ідей та думок більш різноманітного характеру. Покращення комунікації між співробітниками та керівництвом. Розвиток навичок лідерства серед підлеглих.	Більше часу на прийняття рішень. Вища вірогідність конфліктних ситуацій. Неефективність в екстремальних умовах та ситуаціях. Можливість для маніпулювання.
3. Ліберальний	Розвиток самостійності у працівників. Вищий рівень довіри між керівництвом та персоналом.	Вища вірогідність помилок у прийнятті рішень через недосвідченість співробітників. Низький рівень залученості лідера-керівника у вирішенні питань.

Серед сучасних моделей лідерства слід виділити трансформаційне лідерство. Ця модель базується на ідеї трансформації лідера, який здатен змінювати своїх підлеглих, створювати нові ідеї та впроваджувати їх у життя. Інші моделі лідерства в бізнесі включають харизматичне лідерство, експертне лідерство, демократичне лідерство, трансакційне лідерство та інші [3].

В умовах полікризи (термін, який вперше з'явився напередодні Всесвітнього економічного форуму в Давосі у січні 2023 року) постає проблема переосмислити формати взаємодії у командах, стилі керівництва, усталені підходи, трансформувати бізнес-моделі на ходу, перерозподілити наявні ресурси, аби вижити, зберегти бізнес, родину та мати сили та рішучість продовжувати крокувати у невідоме майбутнє [8].

Показовими у цьому контексті уявляються результати опитування, проведеного KPMG в Україні, згідно якого «40% українських респонденток визначають свій стиль як демократичний, який передбачає участь усіх зацікавлених сторін. Проте у світі такий вибір роблять тільки 19% жінок-лідерок, а більшість (55%) віддає перевагу стратегічному, тобто орієнтований на команду. В Україні лише кожна третя лідерка віддає перевагу стратегічному стилю. Кожна четверта лідерка в Україні і світі зазвичай обирає гнучкий стиль, орієнтований на проєкт» [8].

Цікаво, що за результатами опитування студентів 2-3 курсів, які проводились в межах дисципліни “Лідерство та партнерство в бізнесі” протягом 2021-2023 років, не виявляють лідерських якостей 37,87% респондентів. Однак надихає той факт, що 45,27% з опитаних можна вважати “гармонійними лідерами”, які органічно поєднують особистісні чесноти та фахові компетенції бізнес-лідера [1].

Висновки. Підсумовуючи, лідерство можна охарактеризувати як мистецтво управління персоналом, ефективне вибудовування комунікації з ним та прийняття рішень у сфері керівництва, що стосуються подальшої діяльності підприємства. Кожен лідер має певний набір функцій та обов’язків, які він виконує. У зв’язку з тим, що на сьогоднішній день компанії прагнуть до досягнення максимальної реалізації власного потенціалу, доцільним рішенням буде орієнтація на розвиток саме керівників-лідерів, які будуть здатні ефективно керувати власною командою та виховувати з них професіоналів.

Література

1. Гребешкова О.М. Результати опитування студентів на предмет розвиненості їх лідерського потенціалу в межах курсу “Лідерство та партнерство в бізнесі” (2021-2023 рр.). На правах рукопису. К.: КНЕУ, 2023.
2. Грищенко І. М. Групи підходів до визначення лідерства в органах місцевого самоврядування. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. Дніпро, 2016. Вип. 2.
3. Данченко Л.Г., Гордіна В.В. Сучасні стратегічні моделі типів керівництва та лідерства в організації. *Молодий вчений*. 2015. № 11 (26). С. 52-55.
4. Дармограй О. О. Вдосконалення стилю державно-управлінської діяльності на основі використання основних підходів теорій лідерства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. Дніпро, 2012. Вип. 11.
5. Єфіменко М. О., Ізюмцева Н. В. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві. *Інфраструктура ринку*. Одеса, 2018. Вип. 24. С. 157–162.
6. Когут І. В., Лучко Г. Й. Стилі лідерства проектного менеджера в управлінні командою проекту. *Ефективна економіка*. Дніпро, 2019. Вип. 10.
7. Кожушко Л. Ф., Щербак А. С. Лідерство як передумова ефективної системи менеджменту організації. *Вісник НУБГП*. Рівне, 2020. Вип. 4. С. 85–95.
8. Погляд бізнес-лідерок у світі та Україні 2023. Лідерство у часи полікризи. URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/insights/2023/09/female-leaders-outlook-2023.html> (дата звернення 12.11.2023).

Григор’єва А.А.

*Спеціальність 051 «Економіка підприємства» 4 курс,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент Гребешкова О. М.*

РОЛЬ ЛІДЕРА В МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В умовах швидких та постійних змін світової економіки, із загостренням конкурентної боротьби за ринок збуту товарів та послуг перед підприємствами постає проблема підвищення ефективності діяльності, зростання конкурентоспроможності на ринку. У міру технологічних змін та трансформації економіки з’являються нові потреби та нові способи задоволення цих потреб. Такі зміни вимагають у підприємств швидкого та постійного пристосування до нових

ринкових умов.

Ученими доведено, що головною рушійною силою розвитку підприємства є навички та вміння персоналу, а ефективність економіки будь-якого суспільства, в першу чергу, визначається якістю наявних трудових ресурсів та способом їх залучення у виробництво. Якщо людина вмотивована, вона стає більш наполегливою, рішучішою, відповідальною, системною і тоді, дійсно, досягаються кращі результати роботи [1, с. 75].

Лідер-керівник має стати ключовою ланкою у забезпеченні ефективної діяльності компанії, її фінансової успішності та мотиваційному впливі на працівників. Тому дослідження ролі лідера-керівника в системі мотивації персоналу підприємств, функціонуючих в сучасних умовах господарювання з урахуванням мінливості зовнішнього середовища, не втрачає актуальності.

Метою дослідження є визначення ключових мотиваційних навичок, притаманних лідеру-керівнику, які можуть допомогти в досягненні цілей та місії компанії в сучасних умовах господарювання.

Система мотивації персоналу впроваджується на підприємствах задля забезпечення якісної, ефективної та результативної роботи та спрямування діяльності персоналу на досягнення стратегічних цілей компанії, а також підвищення економіки країни.

Система мотивації працівників обов'язково має спрямовуватись на кінцеву аудиторію, тобто на персонал, та базуватись на основі таких принципів:

- чіткості та зрозумілості, адже працівники обов'язково повинні розуміти мету системи мотивації та яких показників діяльності вони повинні досягти, щоб отримати винагороду;
- досяжності — результати роботи, до яких прогнитимуть працівники, обов'язково мають бути досяжними для них усіх, не можна вимагати чогось недосяжного;
- комплексності — система мотивації повинна включати в себе різного роду стимули, як матеріальні, так і нематеріальні, тому при формуванні такої системи потрібен комплекс різних факторів стимулювання;
- єдності — у системі мотивації не має бути протиріч між факторами чи її елементами, а якщо такі виникають в процесі створення системи, необхідно їх вчасно усувати;
- відкритості та прозорості — усі працівники повинні бути проінформовані про систему мотивації, інформація про неї має бути відкритою для всіх працівників;
- легітимності — порядок здійснення заходів із системи мотивації має бути затверджений у вигляді правил або інструкцій.

Відповідно до наведених принципів одна з ключових ролей лідера полягає у постійній взаємодії з працівниками компанії, вирішенні усіх проблем, які постають, та стимулюванні своїх колег до створення персонального внеску в досягнення цілей організації.

Проте в першу чергу лідер має особисто для себе чітко визначити та розуміти в чому полягає мета мотивації персоналу на його підприємстві.

У статті С. Кубіцького та Ю. Урсакий [2], розглядаючи позиції світових успішних лідерів щодо способів та підходів до мотивації працівників, роблять висновок про те, що «великі лідери» розуміють, що процес мотивації починається з визначення чіткої місії та розробки культури, яка підтримує цю мету. «Після того, як місія та мета будуть чітко визначені, лідери повинні дбати про вибір правильних людей, які поділяють подібні цінності та вірять у місію. Тоді вирішальне значення має наділення команди та надання їм самостійності у прийнятті рішень. Це дає їм відчуття власності та пов'язує їх з виконанням місії. Коли співробітники відчують себе вільними, вони присвятять більше свого часу, талантів та енергії досягненню чи

перевищенню цілей організації. І коли вони відчують зв'язок із причиною, це призведе до більшої самодисципліни, проникливості, співпраці та прийняття колективних дій для досягнення спільних цілей” [2, с. 331]. Також ці автори розглядають основні складові успішного лідера та відносять до них [2, с. 334]:

- інтелектуальне лідерство (IQ), яке характеризується належною компетентністю лідера, діловою якістю, ефективністю та раціоналізмом, рішучістю та підтвердженням слів діями, самоконтролем, порядністю та твердістю;
- емоційний інтелект (EQ), який складається з двох складових — природної (темперамент та вміння опановувати інформацію) та соціальної (впевненість у своїй емоційній компетентності, розвиток емоційних знань та навичок, самооцінка та саморегуляція);
- життєва енергія (VQ) — здатність заряджати енергією себе та оточуючих, адже без «правильної» атмосфери в колективі, за відсутності цієї життєвої енергії в компанії лідер не зможе залучити в команду перспективних та натхнених людей.

Підсумовуючи, автори зазначають, що на їхню думку без будь-якого описаного вище компоненту лідер буде «неповноцінним». Кожна з компетенцій є невід’ємною частиною потужного формування лідера, взаємодія яких, призводить до позитивних зрушень лідера як мотиватора та керівника.

Досліджуючи наукову літературу з проблеми даного дослідження, можна побачити й інші думки щодо основних якостей, які мають бути притаманними сучасному лідеру для досягнення найкращого ефекту від мотивації персоналу на результативність роботи.

Зокрема, Т. Власенко та С. Степаненко [1] зазначають, що ефективність управління та мотивування персоналу багато в чому залежить від правильного сполучення способів мотивації та складових компетенцій лідера-підприємця. Як відомо, існує чимало способів та методів матеріальної та нематеріальної мотивації до праці. Відповідно до цього, автори роблять припущення, що більш ефективно ґрунтувати систему мотивації на матеріальній складовій (конкурентна заробітна плата, премії, бонуси, санкції, штрафи, соціальний пакет, страхування, навчання тощо), а нематеріальну (кар’єрне зростання, похвала, гарні умови роботи, довіра, визнання тощо) застосовувати додатково, ситуативно або тимчасово [1, с. 77]. До необхідних складових компетенцій сучасного лідера-підприємця автори відносять такі [1, с. 77]: повага; ризиковість; майстерність взаємодії; сприйняття як експерта; сприйняття як керівника; моральні якості; харизма. Спираючись на цей перелік, автори висувають критерії, за якими слід оцінювати гарного лідера, зокрема [1, с. 78]:

- здібність підприємця як лідера задавати ділову атмосферу і направляти її у прибуткове поле бізнесу;
- вміння своєчасно і привабливо витримувати свою рольову позицію лідера та мати щодо неї групову підтримку;
- готовність проявляти ініціативу і брати на себе відповідальність за досягнення групового успіху, відповідати очікуванням співробітників;
- відповідально ставитись до розвитку емоційного інтелекту на користь підприємницькій справі;
- наявність вмінь і навичок комунікативної підприємницької взаємодії в групі підприємців при досягненні оптимального рівня лідерства;
- розвивати майстерність міжособистісної взаємодії як основу підтримки бізнес-ідеї та способів її реалізації;
- розвивати креативність та винахідницькі вміння;

- надавати своєчасну підтримку керівників середньої ланки в розподілі соціально-психологічних та функціональних ролей для забезпечення стабільних прибутків.

Підсумовуючи вищевикладене, автори стверджують, що питання мотивації нескінченне, Підприємець вільний у виборі інструментів, які, на його погляд, більш доречні для його бізнесу, або які доступні у ситуації, що склалася. Також автори з'ясували, що в сучасних умовах мотивація досягнень діє краще на персонал ніж штрафи та догани, бо надає відчуття свободи, власної цінності, безпеки, самоорганізації та особливого ставлення [1, с. 78].

Слід зазначити, що лідерські якості керівників різних рівнів різняться. Це підтверджується, зокрема, результатами дослідження, опублікованими у статті “Особливості формування лідерських якостей у керівника підприємства”, в якій її автор Н. Буняк наводить профіль лідерських якостей керівників різних рівнів [3, с. 92]. Наведені дані дозволяють робити висновок, що для керівників вищого (І-го) рівня більш вагомими є компетенції візійності (“далекоглядності”) та управлінської резильєнтності (“вміння вирішувати проблеми” та “здатності брати на себе відповідальність”), тоді як для керівників середньої та нижчої ланки критичними виявляються організаційні компетенції. Отже, можна припустити, що профіль лідерських якостей керівника визначається його управлінськими завданнями в колективі.

Склад лідерських якостей керівника також визначається сферою господарювання та масштабом його компанії. Зокрема, у статті “Оцінка лідерських компетенцій керівників – лідерів машинобудівних підприємств” [4, с. 327] її автори Є. Жарик та Н. Гуржій визначають лідерські якості керівників великих промислових підприємств, до яких відносять: готовність до ризику; комунікаційні здібності; відповідальність; адаптивність; стратегічне мислення; емоційний інтелект. Спираючись на результати своїх досліджень, автори також зазначають про необхідність розвитку у керівників великих машинобудівних українських підприємств креативного мислення, без якого неможливо забезпечити інноваційний характер розвитку їх компаній.

Підсумовуючи, на основі проведеного дослідження, можна констатувати, що в сучасному світі керівник організації все частіше розглядається як лідер, який крім вирішення менеджерських завдань, призначений надихати колектив на досягнення цілей розвитку підприємства. Узагальнюючи вивчені та наведені вище результати досліджень, приходимо до висновку, що визначальні компетенції сучасного керівника спираються на його лідерські якості та людські чесноти, зокрема: комунікативні навички для ефективної взаємодії з підлеглими; фахова компетентність у всіх питаннях, пов'язаних з діяльністю компанії; повага та однакове ставлення до усіх співробітників; рішучість у зверненнях та впевненість у власних діях; емоційна керованість та саморегуляція; творча активність та енергійність у створенні робочої атмосфери; ініціативність та ризиковість до впровадження нових методів та технологій мотивації персоналу; підтримка морального стану співробітників; відповідальність за власні слова та вчинки тощо.

Звісно це далеко не всі якості, які мають бути притаманними сучасному лідеру-керівнику для досягнення максимальної ефективності в мотивації персоналу та, відповідно, ефективності його роботи. Проте це саме ті «базові» якості, без яких мало що вдасться досягти на підприємстві лідеру-керівнику в сучасних умовах господарювання.

Література

1. Власенко Т. А., Степаненко С. В. Лідерство та мотивація підприємця в сучасних умовах. *Економічний науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії»*.

Економіка та управління підприємствами. 2023. № 79. С. 75-79.

2. Кубіцький С. О., Урсакий Ю. А. Роль лідера в мотивації персоналу. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2020. Вип. I-II. С. 325-338.*

3. Буняк Н. М. Особливості формування лідерських якостей у керівника підприємства. *Інфраструктура ринку. 2017. Випуск 6. С. 90-93.*

4. Жарик Є. А., Гуржій Н. М. Оцінка лідерських компетенцій керівників – лідерів машинобудівних підприємств. *Економіка і суспільство. 2018. Випуск 16. С. 325-329.*

Кондратюк К. М.

Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

4 курс, група ЕД-401

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - к.е.н., доцент Гребешкова О. М.

ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вступ. В Україні соціальне підприємництво є відносно новим поняттям та сферою діяльності, яка викликає великий суспільний інтерес в окремих категорій населення та підприємців. У мінливих умовах соціальне підприємництво виконує роль надважливого та ефективного інструменту вирішення соціальних проблем як населення України, так і малого та середнього бізнесу.

Створення та розвиток соціальних підприємств в Україні пов'язані з потребами суспільства, які держава не в змозі вирішити з різних причин. Після масштабної кризи у світі, яка була викликана пандемією SARS-CoV-2 (COVID-19), Україна зіштовхнулася з наслідками повномасштабного вторгнення РФ та початком війни. Все це спричинило найбільший за всі часи розвиток безробіття, зростання кількості вразливих категорій населення та послаблення їх соціальної підтримки.

Так, за даними соціологічної групи «Рейтинг» [1], станом на початок квітня 2022 року близько половини (53%) українців втратили роботу через війну, 22% працюють у звичному режимі, 21% – віддалено або частково, лише 2% – знайшли собі нову роботу. Найбільша кількість людей, що втратили роботу – мешканці східних та південних областей України. Отже, соціальне підприємництво стало можливістю якнайшвидше відновити роботу, вкладати кошти у розвиток виробничих підприємств, що дасть змогу нормалізувати життя українців.

Враховуючи дану соціально-економічну ситуацію в Україні, соціальне підприємництво є особливо актуальним з наступних причин [3]:

- є предметом постійних обговорень на рівні держави, громадян, науковців, підприємців, а також привертає увагу представників засобів масової інформації та громадських організацій;
- застосування підприємницьких інструментів для вирішення соціальних проблем дозволяє бути менш залежним від бюджетного фінансування, оскільки у ньому спостерігається дефіцит;
- привертає увагу зацікавлених осіб та інвесторів, особливо іноземних;
- дозволяє брати участь у програмах пільгового кредитування, що дозволяє забезпечити більш стійкий розвиток соціального підприємництва.

Метою дослідження є виявлення прихованих можливостей соціального підприємництва в Україні та потенційних загроз його розвитку для вирішення актуальних проблем розвитку країни.

Результати. Соціальне підприємництво можна визначити як механізм створення соціальних змін через підприємницьку діяльність. Від інших видів підприємництва його відрізняє те, що воно завжди має соціальний ефект та є цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності [4, с. 56]. Метою діяльності соціальних підприємств є не задоволення матеріальних потреб власників, а спрямування коштів на вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво було засноване з поєднанням елементів традиційного бізнесу та благодійності й швидко почали відігравати роль в економічному розвитку країни і створенні робочих місць, що є пріоритетом для України. Місія соціальних підприємств знаходить вираження у продажі певних видів товарів, надання робіт або послуг, а потім вкладанням коштів у соціально-культурні програми, проекти та заходи [5].

Основна перешкода на шляху до розвитку потенціалу соціального підприємництва в Україні полягає у тому, що поняття «соціальне підприємництво» досі не є закріпленим на законодавчому рівні. Окремі кроки по регулюванню соціального підприємництва були прописані у проекті Закону України «Про соціальні підприємства» №10610 від 14.06.2012 р. та №2508 від 11.03.2013 р.), які не було прийнято. Основною складністю розгляду цих законів було те, що серед уряду були побоювання щодо запровадження податкових пільг для таких підприємств, які будуть намагатися переформатувати свою діяльність у соціальну для отримання таких пільг.

Ще однією проблемою розвитку соціального підприємництва в Україні є сумніви щодо здійснення ефективного контролю за тим, як підприємці дотримуються критеріїв соціальної діяльності. Також успішні соціальні підприємці не розуміють свого значення для суспільства і лише з часом розуміють, що їх бізнес є соціально значущим, а не те, що вони займаються благодійництвом, волонтерством чи класичним бізнесом [6].

До соціальних підприємств висувається перелік вимог, наприклад, особа має бути зареєстрована як підприємець, а як виняток можна виконувати соціальну роль в рамках некомерційних або громадських організацій. Також необхідно мати конкретно сформовану соціальну мету, яка зазначається в статуті підприємства чи інших організаційних документах [7].

Станом на сьогоднішній день соціальне підприємництво діє в рамках малого та середнього бізнесу або є інструментом самофінансування громадських організацій та інших некомерційних формувань. Для залучення представників великого бізнесу в соціальне підприємництво поки що не створено можливостей.

В умовах військового стану в Україні продовжуються здійснюватися заходи з розвитку соціального підприємництва. Наприклад, Міжнародний фонд «Відродження» в рамках проекту «EU4USociety» у співпраці з Європейським Союзом проводить конкурс «Краудфандинг для соціального підприємництва», метою якого є зміцнення діючих соціальних підприємств, популяризація соціального підприємництва та створення позитивної практики залучення соціальними підприємствами коштів спільноти для створення нових або розширення діючих соціальних підприємств [8]. Подібний інструмент колективної співпраці звичайних людей, які можуть виступати донорами та добровільно акумулювати свої грошові ресурси для підтримки інших організацій чи людей, можна вважати актуальним в сучасних умовах функціонування соціального підприємництва в Україні.

Також було запущено Грантову програму швидкого реагування для соціальних підприємств з боку Українського соціального венчурного фонду, яка спрямована на підтримку діяльності таких підприємств в умовах військового стану, трансформації їх виробництва та

підтримки населення, яке постраждало від повномасштабного вторгнення, що дасть можливість вирішити актуальні та найбільш болючі питання вразливих верств населення й продовжувати свою діяльність в умовах війни [9].

Органи місцевого самоврядування та представники територіальних громад також надають підтримку малому бізнесу, який працює на благо суспільства та переслідує соціальну мету. У деяких регіонах така підтримка передбачає роботу агенцій підтримки підприємництва, здійснення публічних закупівель та соціальних замовлень, надання приміщень в оренду для неприбуткових та громадських організацій, а також відшкодування відсоткових ставок за підприємницькими кредитами [10].

Висновки. Розвиток соціального підприємництва в Україні є важливим завданням, яке має тривалий процес, темпи і масштаби якого взагалі неможливо передбачити. Проте даний процес можна скоротити шляхом проведення ефективної соціально-економічної політики та відповідних реформ. Оскільки на законодавчому рівні досі відсутнє визначення поняття «соціальне підприємництво», здійснювати таку діяльність стає ще важчим завданням. У складних умовах, в яких проживають українці під час військового стану, роль соціального підприємництва лише зростає. Соціальне підприємництво здатне вирішити ряд найгостріших проблем соціально незахищених верств населення шляхом надання можливості працевлаштування та подальшої адаптації. Такі дії є вигідними для економічного розвитку держави та її відновлення. Соціальне підприємництво здатне вирішувати проблеми, які не має змоги вирішувати держава, а також приватні підприємства та некомерційні організації. З боку міжнародних та українських організацій, а також органів місцевого самоврядування, сьогодні здійснюється підтримка формування та розвитку соціального підприємництва шляхом надання грантових коштів та інших переваг для розвитку такої діяльності. У кінцевому результаті за допомогою інструментів соціального підприємництва є можливим швидко вийти із соціально-економічної кризи та продовжити розвивати країну в цілому.

Література

1. Шосте загальнонаціональне опитування: адаптація українців до умов війни (19 березня 2022). Соціальна група «Рейтинг». URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestoy_obschenacionalnyy_opros_adaptaciya_ukraincev_k_usloviyam_voyny_19_marta_2022.html
2. Аналітична та статистична інформація Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics>
3. Вольвач В. Соціальне підприємництво: як в Україні створюють бізнес із розумінням. URL: http://www.uamarket.info/sotsialnoe_predprinimatelstvo-kak-v-ukraine-sozdayut-biznes-so-smyslom/
4. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/202011/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf
5. Ільченко В.М. Інновації як концептуальна основа соціального підприємництва в Україні. Приазовський економічний вісник: електронний науковий журнал. 2022. №1 (30).
6. Корнецький А. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpriemnytstvo-evektivnyy-instrument-%20podolannia-sotsial-nykhvyklykiv-v-ukraini/
7. Каменко І., Виговська-Каменко Т. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne

pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi.

8. Конкурс «Краудфандинг для соціального підприємництва». Міжнародний фонд «Відродження». URL: <https://www.irf.ua/contest/konkurs-kraudfanding-dlya-soczialnogo-pidpryyemnyczstva-2/>

9. Український соціальний венчурний фонд. URL: <http://usv.fund/for-sp>

10. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/202011/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf

Лановенко Б.О.

спеціальність 051 Економіка, 4 курс,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - Гребешкова О.М., канд. екон. наук, доцент

ПРОФІЛЬ ЯКОСТЕЙ БІЗНЕС-ЛІДЕРА: ПОГЛЯД СТУДЕНТІВ НА СКЛАД І ПРІОРИТЕТИ

Вступ. Сучасний світ стрімко змінюється, змінюються люди, організації, соціум. В умовах гіперактивних змін компанії повинні вміти підлаштовуватися під динамічні реалії. Очевидно, що основна роль в організаціях відводиться саме персоналу. Це вже не прості відособлені робітники, це індивіди, що цінні своїми навичками, уміннями, компетенціями. Тому постає проблема пошуку ефективних і результативних способів управління такими людьми в процесі їх спільної діяльності, зокрема задля вирішення різних бізнес-задач. На цьому фоні особливо актуальним є питання лідерства в менеджменті.

Питання про те, чи можна розвивати лідерські якості, залишається невирішеним. Серед психологів і соціологів існують дві протилежні точки зору. Прихильники однієї вважають, що лідерські здібності є вродженими, але необхідно їх відпрацьовувати. Згідно іншої позиції лідерство — це сформована інтегральна компетенція, яку можна розвивати. Саме тому важко ігнорувати той факт, що багато компаній у всьому світі витрачають значні кошти на навчальні курси та тренінги з лідерства для своїх працівників [1].

Огляд літератури за тематикою лідерства в бізнесі доводить, що лідерство є складним багатоаспектним феноменом в сучасному світі. Лідерство аналізують психологи і соціологи, намагаючись досліджувати різні типи і стилі лідерства (І. Майєрс, П. Майєрс), у тому числі на основі емоційного інтелекту (Д. Гоулдман). Лідерство намагаються пояснити бізнес-коучі, аналізуючи феномен харизми та ефективності (С. Р. Кові). Лідерство розглядається як невід’ємна ознака результативного керівника (Дж. Коллінз). Отже лідерство в бізнесі залишається актуальною темою для подальшого вивчення у різних площинах.

Метою дослідження є систематизація поглядів на суть лідерства в сучасному бізнесі та узагальнення уявлень студентів КНЕУ імені Вадима Гетьмана про актуальні лідерські якості та рівень їх розвиненості.

Результати. Більшість людей схильні вважати, що лідер — це керівник, проте це не є вірним. Не кожен керівник є справжнім лідером, і не кожен лідер — керівником. В ідеалі ці ролі сумісні і органічно доповнюють одна одну. На мою думку, лідерство необхідно розглядати як певну компетенцію, здатність швидко мислити, будувати роботу, керувати колективом та йти до намічених цілей.

Знайомство з науковими публікаціями, кінематографу, зокрема бібліографічного, доводить, що лідерами є ті люди, що володіють певною сукупністю унікальних навичок та

особистих якостей. Яскравим прикладом є постать Уїнстона Черчіля. В популярній стрічці «Темні часи», досить точно переданий його психотип, характер та поведінка. Беззаперечно, він є лідером. Цілком зрозуміло, що ця людина мала потужний розум, стратегічне мислення, професіоналізм та розуміння ситуації. Він говорив «правильні слова у правильні часи», щоб пробудити свідомість народу, але найголовніше, політик показував, що його фрази не є пустими, вони наповнені змістом і він твердо готовий відстоювати державну позицію, свідомо беручи на себе відповідальність.

Очевидно, що невід'ємною ознакою лідера є наявність у нього прихильників, послідовників, які поділяють його ідеї та готові слідувати за ним у досягненні поставлених цілей. Тому важливим проявом особистості лідера є його комунікація з командою. Керівник має бути головним в компанії, однак не варто забувати і про виключно людські якості. Персонал цінує, коли керівництво небайдуже ставиться до проблем рядових працівників. Звідси ми розуміємо, що лідер це, перш за все, людина, а вже потім керівник, і всі людські якості йому також мають бути притаманні [2].

Основною ознакою успішного лідерства є здатність до ефективної мотивації. При цьому така людина діє не за методом «батога і пряника», а працює на основі свого авторитету, який ґрунтується на владі інформації, переконання, експертності та харизми. Ефективний лідер ретельно та невтомно допомагає іншим розвиватися, досягати поставлених цілей і працювати на користь всієї організації. Він ураховує думки своїх підлеглих і на їх основі формує спільну стратегію дій.

Не менш важливою частиною ефективного лідерства є постійний самоаналіз і уміння управляти внутрішніми відносинами в організації. Успішний лідер ніколи не припиняє вдосконалити себе, працює над усуненням недоліків в своїй роботі [3].

У процесі вивчення дисципліни «Лідерство та партнерство в бізнесі» студенти КНЕУ імені Вадима Гетьмана виконують завдання зі складання профілю актуальних лідерських якостей та проводять самооцінку їх розвиненості. У поточному 2023 році таке завдання виконували студенти 39 студентів другого і третього курсів, які були розділені на 12 команд. Кожній команді було запропоновано скласти перелік 10 лідерських якостей, критично важливих в сучасному бізнесі та упорядкувати ці якості за їх пріоритетністю (від 1 – найбільш значущі до 10 – найменш значущі). На завершення кожному студенту було запропоновано оцінити рівень розвиненості цих якостей за чотирибальною шкалою (від 0 – зовсім відсутня до 3 – розвинута досконало).

На основі отриманих результатів (табл. 1) встановлено, що студенти найбільш цінують такі якості, як Цілеспрямованість, Рішучість, Комунікабельність, Упевненість в собі, Комунікабельність, Відповідальність, Цілеспрямованість, Здатність до співпраці, Оптимізм, Комунікабельність, Впливовість, Візійність (були поставлені на перше місце), тоді як на останню рейтингову позицію були віднесені Впертість, Винахідливість, Здатність вирішувати конфлікти, Розумність, Інноваційність, Стратегічне мислення, Емпатичність, Проактивність, Емпатичність, Ризикованість, Адаптивність.

Також, аналізуючи самооцінку рівню розвиненості лідерських якостей, констатуємо, що найбільшу оцінку отримали якості, віднесені до 8-ої рейтингової позиції, що свідчить про доволі критичне ставлення студентів до своєї лідерської компетентності.

Таблиця 1 — Рейтинг лідерських якостей, складений студентами КНЕУ імені Вадима Гетьмана у 2023 році

Рейтинг	Лідерські якості	Середня оцінка студентами рівню розвиненості
1	Цілеспрямованість, Рішучість, Комунікабельність, Упевненість в собі, Комунікабельність, Відповідальність, Цілеспрямованість, Здатність до співпраці, Оптимізм, Комунікабельність, Впливовість, Візійність	2,264
2	Адаптивність, Цілеспрямованість, Самоорганізація, Цілеспрямованість, Ризикованість, Ризикованість, Відповідальність, Авторитетність, Сміливість в бізнесі, Харизматичність, Організованість, Вміння делегувати	2,245
3	Самоконтроль, Ризикованість, Відкритість до нових думок, Відповідальність, Самовдосконалення, Самодисциплінованість, Стресостійкість, Упевненість, Зосередженість, Експертність, Комунікабельність, Емоційна стійкість	2,282
4	Стійкість, Інноваційність, Ініціативність, Чесність, Адаптивність, Комунікабельність, Організованість, Готовність до змін, Рішучість, Візійність, Впевненість, Комунікабельність	2,227
5	Інноваційність, Впевненість, Адаптивність, Комунікабельність, Рішучість, Цілеспрямованість, Мотивованість, Рішучість, Допитливість, Відповідальність, Харизматичність, Інтелектуальність	2,245
6	Здатність до співпраці, Навички організовувати людей, Рішучість, Уміння оцінювати ризики, Винахідливість, Інноваційність, Ініціативність, Цілеспрямованість, Справедливість, Креативність, Чесність, Вміння вчитись	2,200
7	Авторитетність, Мотивація інших, Мотивованість, Дбайливість, Відповідальність, Самовдосконалення, Здатність до співпраці, Уміння мотивувати, Принципіальність, Здатність швидко приймати рішення, Рішучість, Харизматичність	1,855 (min)
8	Чесність, Досконалість, Відповідальність, Винахідливість, Цілеспрямованість, Толерантність до неуспіхів, Комунікабельність, Справедливість, Дисциплінованість, Наполегливість, Мотивованість, Самодисциплінованість	2,409 (max)
9	Ризикованість, Відповідальність, Сміливість, Рішучість, Наполегливість, Амбітність, Самокритичність, Інноваційність, Ініціативність, Стресостійкість, Мудрість, Впевненість в собі	2,155
10	Впертість, Винахідливість, Здатність вирішувати конфлікти, Розумність, Інноваційність, Стратегічне мислення, Емпатичність, Проактивність, Емпатичність, Ризикованість, Адаптивність	1,973

Джерело: складено автором на основі даних, наданих науковим керівником за результатами практичного завдання, виконаного студентами на курсі «Лідерство та партнерство в бізнесі» у 2023 році.

Висновки. Сучасний лідер майже нічим не відрізняється від лідерів в попередні періоди чи навіть епохи. Хоча лідерство й отримало нові барви, зумовлені сучасними перетвореннями в соціумі та глобальному просторі, воно завжди має свої унікальні базові принципи, що формуються на людських почуттях та взаєминах. І лише той керівник, що зможе зібрати дані якості та використати їх, зможе здобути повагу і як наслідок, досягти очікуваного результату.

Література

1. Бабчинська О.І. Інструменти формування системи розвитку персоналу інноваційно-активного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 3. С. 169–173
2. Іцхак Кальдерон Адізес. Командне лідерство: як порозумітися з будь-яким менеджером. К.: Наш формат. 2018. 304с
3. Корчинська, О., & Недошитко, А. (2022). Сучасний управлінець: виклики та досягнення. Молодий вчений, 11 (111), 82-84. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-11-111-18>.

Лук'янович А. А.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент, кафедра бізнес-економіка та підприємництво Кубарева І. В.

ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЧЕРЕЗ МОТИВАЦІЮ ТА СТИМУЛЮВАННЯ

Вступ. Будь-яка організація, що створена й функціонує на ринку, орієнтована на подальший розвиток. Сьогодні перед керівництвом багатьох підприємств постають проблеми неефективного використання різних видів ресурсів, що є наслідком зниження продуктивності праці персоналу, зниження його відповідальності та зацікавленості в результатах своєї діяльності.

Працівники грають дуже важливу роль в повсякденній діяльності будь-якої організації, особливо там, де ринки дуже конкурентні і мають середовище, що постійно міняється та розвивається. Для забезпечення гарної результативності компанії розробляються певні стимули для працівників, щоб робота для них не асоціювалась лише з грошима, але й з задоволенням та бажанням ще більше розвиватися в конкретній сфері своєї діяльності.

Основною метою наукового дослідження є детальна характеристика мотивації і стимулювання персоналу як ключових чинників, що впливають на ефективність роботи працівників. Дослідження спрямоване на розкриття суті та вивчення взаємозв'язку між мотивацією, стимулюванням персоналу та підвищенням продуктивності праці в організації.

Огляд фахової літератури. Слово «мотивація» вперше було введено А.Дж.Шопенгауером, який використав цей термін у своїх працях «Чотири принципи достатньої причини» (1890-1910 рр.). Він використовувався для пояснення причин поведінки людини [3]. Поняття «мотивація» можна трактувати по-різному. На зарубіжному рівні А.Лаурент дає визначення цьому поняттю як «внутрішній стан людини», щодо вітчизняного рівня, то М. А. Коваленко зазначає, що це комплекс рушійних сил [2]. Мотивацію як стимули, які спонукають людину виконувати певну дію, визначає І. В. Черниш [6]. Значний внесок у

розвиток теорії і практики зробили всесвітньо відомі зарубіжні автори сучасних теорій мотивації – Ф. Херцберг, А. Маслоу, Д. МакГрегор.

Результати. В сучасних умовах, прибуток, якість продукції та конкурентоспроможність на ринку є важливими для більшості підприємств і організацій, однак, для досягнення успіху необхідно мати також ефективну систему мотивації та стимулювання персоналу, яка забезпечує відповідність ринковим умовам та розвиток підприємства в цілому. Недостатня увага до мотивації працівників може призвести до незадоволеності своєю роботою, зниження продуктивності та якості продукції. Розглянемо та проаналізуємо сам фундамент – сутність мотивації та стимулювання. Найбільш успішний менеджмент забезпечується в умовах ефективної мотивації та стимулювання трудової діяльності. Якщо розглядати зміст слова «мотивація», то воно є більш глибоким, тому що саме в мотивації також розглядається внутрішні почуття та цінності людини.

Мотив є реакцією на стимули, які, своєю чергою, є рушійними силами до двигунів праці засобами мотивів. Якщо мотив – внутрішнє усвідомлене спонукання, стимули – це набір благ, виступаючих як об'єкт устремлінь. Тобто можна визначити, що стимулювання є певною складовою мотивації, але без усвідомлення або без сприйняття людиною [1].

Працівники як індивіди мають особисті цілі, соціальні взаємовідносини, певну внутрішню задоволеність або зовнішній вплив, чи бажання - це розглядається у визначенні мотиву як внутрішньої та зовнішньої сили, яка підштовхує чи тягне людину до досягнення певної мети або задоволенні певної потреби. Як більш широкий концепт, який включає в собі мотиви (особисті причина та почуття), а також матеріальні спонукання до дій (винагорода, підвищення по службі) визначається поняття мотивація. На нашу думку, мотивація персоналу – це вплив, який здійснює керівник до свого підлеглого. Кожен є зацікавленим у досягненні певних цілей.

Саме комплексний підхід до впливу працівників охоплює система мотивації. Вона включає в себе як внутрішні, так і зовнішні фактори. Внутрішні мотиви - це такі як самореалізація, визнання та особистий розвиток, які можуть стимулювати працівників до досягнення високих результатів. З іншого боку, система мотивації також враховує зовнішні фактори, такі як фінансові винагороди, просування по службі та інші матеріальні вигоди, що характеризується грошовою мотивацією, а саме стимулюванням.

Мотивація включає в собі ще один важливий критерій – це стимули, а саме матеріальні блага, які дають додаткову грошову мотивацію у діяльності компанії для підлеглого. У загальному вигляді стимулювання - це процес використання конкретних стимулів на користь людині й організації.

Система стимулювання працівників приносить результати на рівні підприємства, саме вона має створювати атмосферу, що підтримує ініціативу та завдяки якій працівники відчують свою важливість у спільному успіху.

Стимулювання є певною складовою мотивації, але без усвідомлення або без сприйняття людиною – у цьому є головна різниця. Людина самостійно перетворює свої стимули на мотиви, але основні зовнішні елементи у мотивації та стимулюванні однакові. Проте, крім різниці між цими двома поняттями є очевидним те, що стимулювання і мотивація мають спільну мету. А саме – підвищення результатів та продуктивності праці як окремого працівника, так і підприємства в цілому. Підприємство може використовувати мотивацію, як стратегію компанії, а стимулювання як тактику організації персоналу та праці.

Існує розмаїття теорій, що досліджують задоволеність роботою та мотивацію, намагаються розкрити сутність цих явищ та визначити, як працівники знаходять стимул на

підприємстві. Зрозуміння цих аспектів може сприяти вирішенню проблем менеджерів та не тільки керуванню своїми співробітниками, але й збудженню інтересу, гармонії та розквіту в колективі. Приклади конкретних теорій, які розкривають їх сутність, включають теорію Херцберга про двійкові потреби (задоволення та незадоволення), теорію Маслоу про ієрархію потреб (фізіологічні, безпеки, соціальні, почуття поваги та самовдосконалення) та теорію МакГрегора про теорії X та Y (теорія обов'язку та теорія задоволення) [2].

Збагачення праці, згідно з Ф. Херцбергом, спрямоване на структурування трудової діяльності таким чином, щоб дати можливість виконавцю відчувати складність та значущість дорученої йому справи, самостійність та незалежність у виборі рішень, відсутність монотонної праці, відповідальність за реалізацію завдання [4]. А. Маслоу розглядав мотивацію співробітника як функцію задоволення ієрархії потреб, тобто необхідно керувати мотивацією працівника через вплив на провідну йому потребу. Теорія Маслоу не використовується в чистому вигляді через недоліки, виявлені в процесі її практичного застосування, хоча багато її висновків використовуються в більшості організацій [5]. Існують теорії, які враховують індивідуальні відмінності людей та їхні погляди на працю. Однією з таких теорій є теорія «Х» і «Y» Дугласа МакГрегора, а також теорія «Z» Вільяма Оучі. Теорія Дугласа МакГрегора розглядає два різні стилі управління: адміністративний (теорія X) та демократичний (теорія Y). Вибір конкретного стилю визначається, зокрема, типом сприйняття працівниками своєї ролі. Такий підхід дозволяє керівникам підлаштовувати свій підхід до особистих особливостей робітників. З іншого боку, теорія «Z» Вільяма Оучі підкреслює важливість виходу за межі взаємодії в робочому середовищі. Вона припускає, що мотивація працівників може вирости з відчуття спільності із підприємством, як з великою родиною. На практиці, компанії використовують ці теорії, адаптуючи свої стратегії управління відповідно до особливостей свого персоналу [5].

Висновки і пропозиції. Персонал – це ключова ланка для підприємства, де головною задачею керівництва є дбання про своїх кваліфікованих працівників та їх утримання. У загальному вигляді стимулювання — це процес використання конкретних стимулів на користь людині й організації. Мотивація — це сукупність дій, спрямованих на зацікавленість, спонукання, стимулювання працівників до підвищення результатів їхньої праці та її система на підприємстві відіграє одну з провідних ролей серед усіх внутрішніх факторів, що впливають на розвиток підприємства, організації. Саме правильне стимулювання працівників і успішна мотивація до виробничої діяльності дає внутрішній поштовх для більш ефективного виробництва і, зрештою, ефективнішого функціонування підприємства. Вони хоч пов'язані, але різняться в підходах та функціональності. Мотивація більше зорієнтована на внутрішні чинники та особисті причини, тоді як стимулювання включає матеріальні та зовнішні фактори, спрямовані на стимулювання трудової діяльності. Головне, що об'єднує стимулювання та мотивацію – розвиток підприємства через продуктивний вплив на персонал. Використання теорій мотивації в організації повинно бути зорієнтоване на створення сприятливого та продуктивного робочого середовища. Головними ідеями в теоріях є наступне: розуміння та врахування індивідуальних потреб та мотивацій працівників; забезпечення можливостей для їх професійного росту та самореалізації, а також створення позитивного корпоративного середовища, в якому працівники відчують себе важливими, визнаними та частиною команди.

Література

1. Подольська О. В., Оберемок В.В. Мотивація та стимулювання персоналу на

підприємствах. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3. № 3. С. 62–67.

2. Коваленко М. А., Грузнов І. І., Сухомлин Л. Є. Менеджмент трудової активності працівників підприємства. Херсон: Олди-плюс. 2016. 288 с. URL: http://library.wunu.edu.ua/libsearch/DocDescription?doc_id=102076 (дата звернення: 11.11.2023).

3. Продиус І. Основні механізми управління персоналом в умовах кризи. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2015. Вип. 1 (31). С. 181–184.

4. Маринич І.А. (2018) Мотивація як фактор підвищення ефективності праці працівників. *Науковий вісник НЛТУ України*. (15.5). С. 376–380. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2018/paper/download/4005/3362> (дата звернення: 12.11.2023).

5. Черниш І.В. Сучасні форми і методи мотивації персоналу підприємств сфери послуг. *Економіка і регіон*. 2021. № 1. С. 87-91. URL: <http://journals.nupr.edu.ua/eir/article/download/2242/1732/> (дата звернення: 12.11.2023).

Олійник Є. І.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – д.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва Коцюба О. С.

АКТУАЛЬНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НИНІШНІХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Економіка України зазнала значних втрат в результаті повномасштабних воєнних дій: ВВП країни за 2022 рік скоротився на 30%, а експорт товарів скоротився на 35,1%, досягнувши рівня в \$44,1 млрд, експорт послуг – зменшився на 28,2%, до рівня в \$9,2 млрд [1]. Також спостерігається значна еміграція населення і міграція всередині країни. Внаслідок чого змінюється вікова структура споживачів та рівень їх платоспроможності. Тож українським підприємствам потрібно знайти відповідь на запитання: як, при зменшенні кількості споживачів та їх платоспроможності, продовжити своє існування у теперішньому та забезпечити розвиток у довгостроковій перспективі.

Значне погіршення економічної ситуації в країні спричинило значні зміни стосовно функціонування вітчизняних підприємств. Якись підприємства припинили своє існування, якісь змінили місцезонаштування, якісь здійснили операцію зі злиття чи поглинання. Деяка частина підприємств реалізувала захід стратегічного партнерства з іншими підприємствами.

Метою пропонованого дослідження є визначення актуальності стратегічного партнерства для підприємств України в умовах сучасних економічних тенденцій. Інформаційну базу проведеного в роботі аналізу склали відкриті джерела мережі Інтернет, наукові праці зі стратегії підприємства та стратегічного менеджменту [2; 3; 4].

Поняття стратегічного партнерства визначається в науковій літературі як міжнародне партнерство для досягнення глобальних цілей [5]. Також воно описується як форма співпраці економічних організацій для створення спільної цінності з подальшим розподілом здобутків [6]. О. М. Гребешкова запропонувала трактування стратегічного партнерства як специфічної моделі розвитку підприємства шляхом залучення та застосування знань і здатностей сторонніх компаній задля досягнення стратегічних цілей та набуття конкурентних переваг [7, с. 24].

Нерідко партнерство сприймається як один з факторів ризику. Через високий ступінь взаємозалежності, а також загрозу оприлюднення конфіденційної інформації підприємства часто намагаються уникати практики «поширення досвіду».

Сьогодні спостерігається тренд, пов'язаний з концепцією соціальної відповідальності. Згідно з даним підходом, в ході розробки стратегії підприємство має чітко визначити ключові орієнтири корпоративної соціальної відповідальності, а також принципи соціально відповідальної поведінки. Одним зі способів прояву соціальної відповідальності є партнерство з іншими компаніями. Поширеним варіантом є партнерство між комерційним підприємством та громадською організацією (ГО), або благодійним фондом (БФ). Наприклад, компанія з виробництва одягу створює партію з унікальним дизайном, який безпосередньо пов'язаний з місією ГО або напрямком її діяльності. В такий спосіб підприємства по всьому світу вже давно намагаються привертати увагу до наявних проблем в суспільстві, сприяючи їх подоланню. Переваги такого способу взаємодії полягають в тому, що підприємство створює репутацію соціально відповідального виробника, залучає потенційних споживачів, а весь прибуток від проекту спрямовується на покриття потреб ГО.

Загалом, світовий досвід довів доцільність впровадження стратегічного партнерства задля розвитку підприємства. На думку А. Р. Дунської, розвиток слід розглядати в трьох основних аспектах: 1) технічний розвиток, що спрямований на вдосконалення якості продукту або послуги за рахунок техніко-технологічних нововведень; 2) ринковий розвиток, котрий полягає у збільшенні частки ринку, кількості споживачів; 3) організаційний розвиток, який проявляється у вдосконаленні системи управління, розвитку окремого працівника чи групи [8, с. 100]. Тобто розвиток можна описати як очікувану зміну, що має позитивний вплив на діяльність підприємства.

Розвиток підприємства є необхідною умовою функціонування в конкурентному середовищі. Саме це закладається в цілях підприємства при стратегічному плануванні. Але для досягнення стратегічних цілей потрібні ресурси. Негативні економічні тенденції стимулюють підприємства до скорочення витрат шляхом використання альтернативних способів здійснення діяльності. Наприклад, попит на розвинуту логістичну систему спричинив приріст користування послугами поштових перевезень. Згідно з даними фінансової звітності ТОВ «Нова пошта», у 2022 році продажі цього підприємства зросли на 13,64% у порівнянні з 2021 роком [9], хоча прибутковість за цей період зменшилась. На такий результат вплинуло багато факторів, у тому числі фактор стратегії розглядуваного підприємства протягом зазначеного періоду. Важливим аспектом аналізованої ситуації є те, що поведінка споживачів змінилась через обмеження можливості здійснювати покупки в режимі офлайн. Через що частка онлайн-продажів зросла. Для українських підприємств, таких як ТОВ «Інтертоп Україна» або ТОВ «Мейкап трейдінг», вигідніше реалізувати стратегічне партнерство з «Новою поштою», ніж розвивати власну систему збуту всередині країни. Оскільки такі проекти потребують значних капіталовкладень. До того ж, ТОВ «Нова пошта» вже має добре розвинуту всеукраїнську мережу складів та необхідні ресурси для здійснення доставки онлайн-замовлення. Переваги від окресленого партнерства для онлайн-магазину можуть полягати у такому: економія на ресурсах; унікальні пропозиції від поштового перевізника залежно від обсягів замовлення на сайтах; зручність для клієнта та належний рівень довіри, відповідно. Налагоджена логістична система скорочує термін доставки продукції, що позитивно впливає на попит споживачів на послуги для кожної з компаній. Серед недоліків можна зазначити репутаційні ризики, оскільки діяльність кожного підприємства впливає на результати діяльності його підприємства-партнера. Для зниження

ризиків є доцільним таке: закріплення партнерства та зони відповідальності кожної сторони у відповідних нормативно-правових актах (договорах), чітке визначення вимог до виконання діяльності, зазначення терміну партнерства та умови його припинення, визначення умов розподілу одержаного економічного ефекту. При виборі стратегічного партнера слід визначити його потенціал та оцінити його стратегію на предмет її сумісності з цілями власного підприємства.

Отже, стратегічне партнерство – це форма взаємодії підприємств шляхом використання матеріальних та інтелектуальних ресурсів кожного з них задля створення конкурентних переваг, з відповідним розподілом ризиків та відповідальності. Стратегічне партнерство можна також розглядати як можливість для підприємства диверсифікувати ризики, оскільки це створення окремого напрямку діяльності, розширення каналів збуту, збільшення частки ринку з меншими витратами, ніж якщо створювати окремі структурні підрозділи в межах даного підприємства [10]. Для сучасних українських підприємств це привабливий варіант стратегії розвитку. Українському бізнесу слід здобувати досвід стратегічного партнерства як ефективного способу виходу на міжнародні ринки.

Література

1. EUКраїна Voice. Головний ринок. Як розвивається і зростає український експорт в ЄС. *Forbes.ua*. URL: <https://forbes.ua/ru/company/golovniy-rinok-yak-rozvivayetsya-i-zrostaie-ukrainskiy-eksport-v-es-02032023-12061> (дата звернення: 01.11.2023).
2. Наливайко А. П., Гаращенко Н. М., Прохорова Є. В. Стратегія підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2016. 485 с.
3. Швиданенко Г. О., Ревуцька Н. В. Формування бізнес-моделі підприємства: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2013. 423 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
5. Стратегічні орієнтири розвитку партнерства держави, бізнесу та науки в контексті повоєнного відновлення України: монографія / ред.: І. М. Грищенко, А. О. Касич, І. О. Тарасенко. Київ: КНУТД, 2023. 267 с.
6. What makes a good Strategic Partnership & How to succeed. *IMD business school for management and leadership courses*. URL: <https://www.imd.org/research-knowledge/organizational-design/articles/strategic-partnerships/> (date of access: 01.11.2023).
7. Гребешкова О. М., Махова Г. В. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2009. Т. 1, № 22. С. 23–27. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/88278/0> (дата звернення: 01.11.2023).
8. Пашенко О. П. Стратегічне управління розвитком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. Т. 2, № 2. С. 99–103. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_2/099-103.pdf (дата звернення: 01.11.2023).
9. Товариство з обмеженою відповідальністю «Нова пошта». *YouControl*. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/31316718/ (дата звернення: 01.11.2023).
10. Іпполітова І. Я., Селезньова Г. О. Стратегічні партнерства підприємств як напрямок їхнього зовнішнього розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 28. С. 99–105.

ВПЛИВ ТНК НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

Сьогодні немає жодного значного процесу в світовій економіці, що відбувався б без участі транснаціональних корпорацій (ТНК). ТНК - це міжнародні компанії, які використовують комплексну глобальну філософію бізнесу, що передбачає функціонування компанії як всередині країни, так і за кордоном. Вони є рушійною силою найважливіших процесів сучасної світової економіки. ТНК визначають динаміку, структуру, рівень конкурентоспроможності товарів і послуг на світовому ринку, контролюють міжнародний рух капіталу і прямих іноземних інвестицій. Завдяки своїм виробничим і фінансовим можливостям вони зосереджують у своїх руках найбільш наукоємні виробництва, сприяючи технологічному розвитку виробництва.

Стратегія ТНК передбачає їх участь у міжнародних стратегічних альянсах, що дозволить ТНК знизити витрати на НДДКР та мінімізувати ризики їх реалізації, а також прискорити процес комерціалізації інновацій їх реалізації, а також прискорити процес комерціалізації інновацій та їх окупність. час їх окупності. В останні роки однією з ефективних корпоративних стратегій ТНК на глобальному ринку стала практика злиттів і поглинань, як один з методів підвищення конкурентоспроможності як окремих галузей, так і конкурентоспроможності як окремих секторів світової економіки, так і національних економік.

На сучасному етапі відбуваються зміни в парадигмі стратегічного управління ТНК, основною причиною яких є основною причиною яких є необхідність вибору найбільш ефективних конкурентних стратегій для них конкурентних стратегій. М. Портер пропонує обирати корпоративну стратегію "на основі аналізу позиціонування ТНК на ринку, диференціації вироблених товарів і цінових переваг на ринку, диференціації вироблених товарів і цінових переваг" [1].

ТНК, основною метою яких є отримання прибутку для реалізації своїх довгострокових стратегій, іноді проводять агресивну політику всупереч певним заходам державного регулювання економіки. Однак уряди країн проводять політику, яка заохочує прямі іноземні інвестиції в економіку країни, що, в свою чергу, збільшує конкурентні переваги своїх ТНК на зовнішніх ринках товарів і послуг. Діяльність ТНК призводить до переміщення капіталу з країн, де він є надлишковим, у країни, де його не вистачає, задовольняючи при цьому інтереси як країн базування, так і приймаючих країн. Однак іноді приплив капіталу від ТНК може негативно впливати на розвиток національної безпеки, створювати негативну економічну та політичну ситуацію. Створюючи конкуренцію, ТНК можуть негативно впливати на розвиток національного бізнесу. Конкурентне середовище національних економік ТНК впливають на конкурентне середовище національних економік через початкові інвестиції, що призводить до злиття і поглинання та появи нових форм співпраці, таких як франчайзинг, лізинг, інжиніринг, ліцензування.

У сучасній глобальній економіці вже загальновизнано, що ТНК є головною рушійною силою інтернаціоналізації всієї світової економіки. Це означає, що кілька сотень ТНК визначають основні обсяги світового виробництва і продажів як у світі в цілому, так і в Україні зокрема. Саме тому питання про те, як вплине присутність ТНК на розвиток національної

економіки, наразі є актуальним.

Діяльність іноземних ТНК має низку переваг та ризиків для приймаючих країн. У сучасних економічних умовах для приймаючих країн діяльність ТНК на власній території має позитивний ефект. Обираючи країну для розміщення своїх філій, ТНК оцінюють місцевий ринок з точки зору його ємності, наявності матеріально-технічної бази, місця розташування, політичної та економічної стабільності, правових умов іноземного інвестування, системи оподаткування, розвитку інфраструктури, захисту інтелектуальної власності, державного регулювання економіки, вартості та рівня кваліфікації робочої сили, стабільності національної валюти, можливостей отримання прибутку.

Політика незалежної України, спрямована на інтеграцію національної економіки у світове господарство, у світову економіку та активізації процесу залучення прямих іноземних інвестицій має бути спрямована насамперед на припинення збройної агресії.

Перспективними стратегіями збільшення інвестиційних надходжень в Україну є вивчення зарубіжного досвіду регулювання інвестиційної діяльності та залучення ПІІ в національну економіку. Основними глобальними показниками розвитку країни та її потенціалу в контексті співпраці з ТНК є відкритість економіки та її привабливий інвестиційний клімат. Інвестиційна привабливість країни є головною умовою для формування конкурентного середовища національної економіки в умовах поглиблення глобалізаційних процесів. Інвестори вкладають свій капітал у країну, де діють зрозумілі та прозорі закони для підтримки та ведення бізнесу, привабливим ринковим середовищем для розвитку бізнесу, розвиненою інфраструктурою привабливим ринковим середовищем для розвитку бізнесу, розвиненою інфраструктурою для ведення бізнесу та економічних операцій.

Література

1. Куцик П.О., Ковтун О.І., Башнянин Г.І. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія. Львів: вид-во ЛКА, 2015. 594 с.
2. Транснаціоналізація і конкурентний розвиток національних економік: теорія і практика країн, що розвиваються. Монографія. / Л.В. Руденко-Сударєва, О.М. Мозговий, В.В. Токарь та ін. Вид. 2-ге, доп.: КНЕУ, 2015. 270с.
3. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Экономическая наука, 2005. 167с.
4. Портер М. Международная конкуренция: URL: <https://f.ua/alpinapublisher/mejdunarodnajakonkurencija-konkurentniye-preimusheestva-stran.html> (дата звернення: 25.10.2023)
5. Качур А.В., Могилко Д.М. ТНК та їх роль у сучасних міжнародних економічних відносинах. Економіка і суспільство. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2018. Випуск №19. С.55-62.

Ткачук А.О.

«Економіка підприємства», 4 курс

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к.е.н., доцент, кафедри бізнес-економіки та підприємництва Кубарева І.В.*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФРАНШИЗИ ДЛЯ УЧАСНИКІВ ПАРТНЕРСТВА

Вступ. Сьогодні, багато компаній вибирають франшизу як спосіб створення і розширення свого бізнесу. Ця модель надає можливість використовувати готовий бізнес-

формат, який зменшує ризики і сприяє стабільному розвитку. Франшиза є системою у бізнесі, яка надає підприємцю право використовувати готову бізнес-модель, бренд, товари та технології, розроблені власником франшизи. Проте, слід зазначити, що розвиток франшизи супроводжується низкою проблем, таких як великі фінансові витрати, обмеженою свободою в управлінні бізнесом та виплатами франчайзеру [1].

На перший погляд може здатися, що створення франчайзингового бізнесу подібне до звичайного інвестиційного проекту, де самостійний підприємець вкладає гроші з метою отримання прибутку у майбутньому. Але, насправді, цей процес має свої власні складнощі та особливості, які роблять його далеко не таким простим і безпроблемним, як може здаватися на перший погляд. Адже, при створенні партнерства є певні ризики, і є можливості. Проблеми потрібно розпізнати і виправляти, а для цього необхідно враховувати як і переваги, так і недоліки франшизи для кожного з учасників.

Метою даного дослідження є вивчення ризиків та можливостей франшизи, особливо у сфері партнерських відносин між франчайзером та франчайзі, а також надання рекомендацій щодо ефективного управління ризиками та вигодами для всіх сторін, які беруть участь у процесі франчайзингу.

Аналіз досліджень. Питання франшизи розглядалося багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. До вітчизняних науковців, можна віднести П. Василевський, Н. О. Черненко, які розглянули аналіз використання франчайзингу в Україні. Тоді, як Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. писали про маркетинг туристичного продукту та досліджували переваги і вади франчайзингу.

Дослідження наукових джерел частково висвітлює переваги та недоліки франшиз для партнерів. Подальшого дослідження потребують переваги та недоліки франшизи, що впливають на ефективність партнерства.

Результати дослідження. Франшиза має свої переваги, такі як можливість працювати під відомим брендом і отримання консультацій від франчайзера. Однак існують й недоліки, такі як обов'язковість строгого дотримання правил і зобов'язань, незалежно від прибутковості бізнесу, а також високий перший внесок для отримання франшизи, що може бути фінансово вимогливим [3].

Переваги франчайзингу для франчайзі. Франчайзинг має для франчайзі переваги, серед яких є можливість стати незалежним підприємцем. Також, однією з основних можливостей для нового франчайзі є зниження підприємницького ризику, оскільки бізнес-модель зазвичай вже перевірена і франчайзі має можливість дослідити її перед створенням власного підприємства. Крім того, наявність готової концепції звільняє франчайзі від необхідності розробки власної ідеї тому, що вже є позитивні відгуки від інших підприємців. Крім того, франчайзер має глибоке розуміння процесу створення нового бізнесу і може надати франчайзі необхідну інформацію, необхідну для успішного запуску компанії. Також важливою перевагою є можливість робити точні фінансові прогнози, так як власник франчайзі одразу отримує доступ до великої кількості корисної інформації, яка надходить із досвідом - це дозволяє точно прогнозувати майбутні витрати та прибутки підприємства [2].

Недоліками франчайзингу для франчайзі є обмежена свобода вибору та обмежена можливість самореалізації. Франчайзі не має можливості створити власний бренд, надати бізнесу своє ім'я або реалізувати власну унікальну бізнес-ідею, виробництво продукції та обслуговування клієнтів повинні відповідати строгим стандартам. Франчайзери зазвичай вимагають щомісячні платежі за право використовувати їх франшизу [2].

Переваги франчайзингу для франчайзера. Однією з переваг для франчайзера є економія

фінансових ресурсів, які зазвичай потрібні для розширення власної компанії. За допомогою партнерів-франчайзі компанія збільшує свою силу і потужність з кожним новим франчайзі, що приєднується до мережі [3].

Щодо, недоліків франчайзингу для франчайзера варто відмітити, що вони включають складність пошуку відповідних партнерів, можливість погіршення репутації через незадовільну роботу одного з партнерів, можливість юридичних конфліктів та обмежені джерела доходу через плати за франшизу. Також, виникає ризик втрати контролю над щоденними операціями партнерів-франчайзі.

Отже, зазначене вище зумовлює необхідність пошуку шляхів вирішення та вдосконалення ринку франшизи, що сприятиме подоланню негативних проявів ризиків та посилення можливостей. Це призведе до більш високої ефективності партнерства у напрямках фінанси, навчання і розвиток, клієнти і ринок, захист прав учасників партнерства, розвиток інновацій. Тому, для підвищення ефективності франшизи можна розглянути наступні шляхи для подолання викликів:

- Фінансова підтримка: розробити гнучку фінансову модель для полегшення оплати платежів за франшизу.

- Спільнота франшизи: створити спільноту, де учасники зможуть ділитися досвідом та навчатися один від одного.

- Юридична підтримка: забезпечити партнерів надійною юридичною підтримкою, що допоможе уникнути правових питань та конфліктів.

- Забезпечення ефективної маркетингової стратегії: співпраця з централізованими рекламними кампаніями та надання партнерам ресурсів для локального просування.

- Інновації та дослідження: сприяє впровадженню нових ідей та технологій для підвищення конкурентоспроможності.

Ці заходи спрямовані на створення сприятливого середовища для франчайзі та франчайзера, щоб максимально вдало використовувати свій потенціал та сприяти успішному розвитку бізнесу.

Розглянемо на прикладі компанії McDonald's, яка працює на основі франшизи. Отож, переваги та недоліки франшизи для партнерів McDonald's:

Переваги франшизи McDonald's.

- Впізнаваність торгової марки.

- Фіксовані відрахування на рекламу: франчайзі отримує вигоду від того, що компанія бере на себе організацію та фінансування рекламних кампаній, а франчайзі зобов'язаний вносити лише фіксований відсоток від прибутку, що полегшує фінансове планування.

- McDonald's має налагоджений механізм дій, стандарти якості та технології, що спрощує управління франшизою.

Недоліки франшизи McDonald's.

- Велика вартість франшизи та значні стартові інвестиції.

- Нестабільність персоналу.

- Повна залежність від франчайзера [4].

McDonald's вдосконалює свій бізнес та постійно шукає способи подолання недоліків, щоб забезпечити стабільність та зростання своєї франчайзингової мережі.

Шляхи, які компанія обрала для усунення недоліків:

- Стратегія "Менше власного капіталу, більше франшиз": McDonald's зосереджується на стратегії розвитку франшиз, що означає збільшення кількості ресторанів, які належать франчайзинговим партнерам, а не компанії. Це може допомогти знизити фінансове

навантаження на компанію та забезпечити більше гнучкості для франчайзингових партнерів.

- Інновації та розвиток: компанія використовує інновації та розвиток в галузі технологій, логістики та інших аспектів бізнесу.

- McDonald's надає надійну юридичну підтримку франчайзі, щоб уникнути правових питань та конфліктів [4].

Висновки Підсумовуючи вищезазначене, франшиза це форма бізнесу, де підприємець отримує дозвіл використовувати готовий бізнес-пакет, включаючи бренд, товари та технології, які були розроблені власником франшизи. Франшиза - це вигідна бізнес-модель як для франчайзі, так і для франчайзера. Для франчайзі є такі переваги, як готова бізнес-концепція, підтримка франчайзера та обмежений ризик, але в той же час високі витрати та обмежений контроль над власним бізнесом. З іншого боку, франчайзер має можливість швидко розширити бренд і отримати додатковий дохід, але також ризикує втратити контроль і отримати труднощі в управлінні великою кількістю франчайзі.

Щоб забезпечити стабільний розвиток франшизи, важливо активно розвивати стратегії маркетингу та партнерські відносини, а також систематично аналізувати ринкові тенденції для вдосконалення продуктів чи послуг. Важливим є вивчення досвіду успішних франшиз та впровадження інноваційних підходів для підвищення конкурентоспроможності. На прикладі McDonald's бачимо, що пом'якшення потенційних недоліків у співпраці з франчайзі є обов'язковим для розвитку бізнесу.

Література

1. Василевський І. П. Аналіз використання франчайзингу в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. №46. С. 43-57.
2. Карягін Ю.О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту. Підручник. К: Кондор, 2009. 394 с.
3. Сикорский Т.А. Новини франшизи. Переваги і недоліки франчайзингу 2016. URL: <https://nasutki.ua/uk/novinifranshizi/131-perevagi-i-nedoliki-franchajzingu> (дата звернення: 10.11.2023).
4. Strategic Management Insight. SWOT Analysis of McDonald's (5 Key Strengths in 2023) URL: <https://strategicmanagementinsight.com/swot-analyses/mcdonalds-swot-analysis/> (дата звернення: 10.11.2023)

Федорук Д.П.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – старший викладач кафедри бізнес-економіки і підприємництва Яременко М.І.

ПАРТНЕРСТВО БІЗНЕСУ ТА ГРОМАД

Україна, потерпаючи від наслідків російської агресії, зіштовхнулася з багатьма проблемами, що пов'язані з відновленням територій, що створило нову реальність взаємодії бізнесу та громад.

Місцевий бізнес — це те, що підтримує економіку громади, створює робочі місця, долучається до процесів відбудови. Саме тому важливо встановити тісне партнерство між підприємцями та громадським сектором, щоб спільно вирішувати економічні та соціальні виклики, які виникають в результаті вторгнення.

Війна значною мірою вплинула на функціонування бізнесу в Україні. Немала частина

підприємств опинилася в районах активних бойових дій, що змусило їх припинити свою діяльність або евакуюватися в безпечніші регіони. Навіть ті бізнеси, які розташовані відносно далеко від зон бойових дій, стикнулися з логістичними проблемами та нестачею сировини. Згідно з опитуванням Європейської бізнес-асоціації, лише 17% компаній працюють у повному обсязі, а кожна третя не працює. [2]

Громади, в свою чергу, постали перед надзвичайними викликами, які потребують своєчасного й ефективного реагування. Їм довелося стикнутися з такими проблемами як різке збільшення кількості внутрішньо-переміщених осіб (наразі кількість офіційно зареєстрованих ВПО в країні досягає 4,9 млн. осіб) [3], руйнування інфраструктури, нестача робочих місць, обмежений доступ до освіти.

В таких умовах підприємці та громади зрозуміли важливість тісного співробітництва та відчули потребу в спільному розв'язанні проблем та вмінні знаходити ресурси, щоб прискорювати проекти відновлення, а також втілення нових корисних ідей. Таке співробітництво може здійснюватися в декількох напрямках, зокрема:

- корпоративна соціальна відповідальність підприємств, тобто реалізація проєктів, спрямованих на покращення якості життя громади, наприклад, це включає в себе програми підтримки освіти, охорони здоров'я, благодійні внески на користь громад та інше;
- сприяння громадам у отриманні доступу до грантів та програм підтримки тощо, наприклад, у період війни спостерігається збільшення кількості програм підтримки для малих та середніх підприємств, оскільки в умовах децентралізації для громад важливо, щоб підприємства, які працюють на їхній території, отримували гранти та іншу підтримку для зміцнення економічної стійкості, представники громади можуть сприяти підприємцям, розповідаючи про доступні гранти та підтримку та регулярно розсилаючи електронні дайджести з інформацією про можливості фінансування;
- надання громадами фахових консультацій та юридичного супроводу для підприємців, проведення навчань, допомога у оформленні документації;
- спільна боротьба з соціальними викликами, тобто спільна реалізація проєктів з вирішення соціальних проблем, таких як надання психологічної підтримки та реабілітації постраждалих чи військових;
- створення робочих місць та економічна підтримка, наприклад, бізнес може активно працювати над збереженням робочих місць або створенням нових, навіть в умовах кризи.

Таке співробітництво має багато позитивних результатів. В першу чергу, громади, які попри війну продовжують налагоджувати продуктивну співпрацю з місцевими підприємцями та впроваджують інструменти сприяння бізнесу, підтверджують покращення соціального та бізнесового клімату.[4] Також, більшість підприємств, які активно взаємодіють з громадою, зазнають позитивних ефектів. Вони більше приділяють увагу потребам та побажанням своїх споживачів, що сприяє просуванню бренду, збільшенню лояльності клієнтів та зменшенню ризиків. Діалог з громадою допомагає підприємствам краще розуміти свою цільову аудиторію. Це призводить до покращення бізнес-результатів і включає підвищення прибутковості, доступ до нових ринків завдяки партнерським ініціативам.

Ключовим фактором успіху партнерств є ефективна комунікація між бізнесом та громадою. Насамперед, відкритий та чесний обмін інформацією. Така комунікація сприяє побудові довіри і спільних стратегій. Успішне партнерство між бізнесом та громадою ґрунтується на взаєморозумінні та досягненні цілей обох сторін. Важливими складовими є активна участь громади у прийнятті рішень та взаємовигідність для обох партнерів.

Прозорість, довіра та спільна відповідальність грають важливу роль у побудові стійких відносин. Гнучкість та адаптивність до змін допомагають ефективно вирішувати конфлікти і сприяють довгостроковому успіху партнерств.

В умовах війни саме партнерство може виявитися ключовим фактором для забезпечення відновлювальних процесів, що їх мають проводити місцевий бізнес, громади та держава. При цьому державна підтримка має надаватися як підприємствам, так і громадам, забезпечуючи сталість та ефективність взаємодії для досягнення спільних соціальних та економічних цілей.

Отже, партнерство між бізнесом та громадою є надзвичайно важливим зараз і у повоєнний період, оскільки воно є інструментом безпосереднього впливу на процеси відновлення територій. Партнерство може приносити вигоди як підприємствам, так і громадам, і є важливим інструментом для досягнення сталого розвитку і спільного добробуту.

Література

1. Підтримати місцевий бізнес під час війни: 10 способів для громад. URL: <https://rubryka.com/article/biznes-u-gromadah/> (дата звернення: 10.11.2023).
2. Рихліцький В. Д. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. *Економічна правда*. 2017. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/> (дата звернення: 10.11.2023).
3. Міністерство соціальної політики України: Внутрішньо переміщені особи. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html> (дата звернення: 10.11.2023).
4. Форум "громада та бізнес: інструменти взаємодії в умовах війни". URL: https://bisc.org.ua/events/forum_local_biz.html (дата звернення: 10.11.2023).
5. Підтримка бізнесу в умовах війни: практичні рекомендації для громад. URL: <https://msu.edu.ua/library/wp-content/uploads/2019/02/prykłady-oformlennja-bibliohrafichnoho-opysu-zhidno-dstu-8302.pdf> (дата звернення: 15.11.2023).

Чумак А. В.

Бізнес-економіка, 1 курс магістратури,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Гребешкова О.М.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОДУКТОВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

На сьогоднішній день лісове господарство, як ключова складова економіки та частина екосистеми, стикається із різноманітними викликами, які вимагають певних стратегічних рішень. Зокрема, перед менеджерами постає проблема визначення оптимальних стратегій, що дозволять підприємствам ефективно використовувати лісові ресурси та розширювати свій асортимент продукції. Розвиток нових продуктів та послуг на основі лісових ресурсів може сприяти не лише економічному зростанню галузі, але й збалансованому використанню природних ресурсів. Це особливо важливо, адже даний «баланс» дозволяє враховувати інтереси як екології, так і економіки.

Мета даного дослідження полягає в розкритті особливостей продуктової диверсифікації на підприємствах лісового господарства задля забезпечення сталого розвитку.

Продуктова диверсифікація на підприємствах лісового господарства включає у себе ряд унікальних особливостей. По-перше, лісове господарство має потужний потенціал для

розширення асортименту продукції, оскільки воно включає не лише деревину, а й інші цінні ресурси, такі як лікарські рослини, ягоди, гриби, а також різноманітні послуги. Продуктова диверсифікація може забезпечити ефективне використання цих ресурсів для створення нових продуктів для кінцевих споживачів.

По-друге, важливо враховувати екологічні аспекти при розробці нових продуктів. Збереження природних ресурсів є ключовим завданням сьогодення. Підтримка даної стратегії дозволяє позиціонувати себе на ринку, як тих, хто піклується про навколишнє середовище, а тому може підвищити конкурентоспроможність підприємства в ринковому середовищі. Серед найважливіших цілей диверсифікації у цьому напрямі можна віднести: забезпечення екологічно орієнтованого ведення лісового господарства та комплексного використання лісових ресурсів, з урахуванням ландшафтно-водозбірних принципів ведення лісового господарства; забезпечення збереження біологічного різноманіття лісів; зменшення обсягів суцільних рубань, заміна їх на поступові та вибіркові, особливо в лісах зелених зон навколо населених пунктів тощо [1].

По-третє, співпраця з іншими бізнес-сферами, такими як IT-технології, туризм та дослідження, відкриває нові можливості для впровадження інновацій та створення продуктів з високою доданою вартістю. Інтеграція лісових ресурсів у виробництво чи екотуризм може розширити ринкові можливості та забезпечити додаткові джерела доходу. Сюди варто віднести організацію екскурсій та лісових прогулянок, розвиток лісових кемпінгів або туристичних готелів.

Створення продуктів з високою доданою вартістю – це одне із ключових завдань в Україні. Український експорт має переважно сировинний характер. Так, у 2022 р. продукція добувної галузі становила понад 20 % у структурі реалізації добувної та переробної галузей. В експорті дві третини становили сировина та напівфабрикати, причому близько половини – тільки сировинна продукція [2]. Важливим кроком є саме розвиток обробної промисловості, яка дозволяє переробляти сировину на місці і створювати готові до експорту товари вищої доданої вартості.

Керівник аналітичного відділу Concorde Capital Олександр Парашій, вважає, що деревообробка також повинна розглядатися як перспективна галузь, де можна збільшити виробництво товарів із доданою вартістю. Наприклад, експортувати не лише дерев'яні дошки, але й готові меблі, оскільки інвестиції в деревообробне обладнання вважаються відносно доступними [3].

Таким чином продуктова диверсифікація на підприємствах лісового господарства вимагає гнучкості, інновацій та збалансованого підходу до використання лісових ресурсів.

Для ефективного використання лісових ресурсів та розширення асортименту продукції підприємств лісового господарства необхідно впроваджувати оптимальні стратегії, спрямовані на забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності. Варто виокремити найголовніші. Наприклад, розробка новітніх технологій. Впровадження передових технологій у галузі лісового господарства, таких як дистанційне зондування, моніторинг лісового стану за допомогою дронів та сучасні системи виробництва, може підвищити ефективність використання ресурсів та сприяти створенню нових продуктів. Наприклад, важливість використання БПЛА або дронів у лісовому господарстві Латвії постійно зростає. Зокрема вперше за допомогою дрона оцінили врожайність шишок, що ростуть у сосновому генетично ресурсному лісі. Дрони незамінні при обстеженні лісоосушувальних систем, потенційно пошкоджених насаджень, визначенні якості рубок, збитку від вітру та інших подібних роботах [4].

Враховуючи зміни в споживчих уподобаннях, підприємства повинні розглядати можливості розширення свого асортименту, включаючи не лише традиційні деревинні продукти, а й новітні матеріали, біопалива, екотуризм та інші недеревинні продукти. У Фінляндії біоенергетика відіграє ключову роль у природозберігаючих технологіях. Виробництво біоенергії у цій північній країні значною мірою інтегроване в лісове господарство і лісову промисловість. Основна частка деревного палива одержується з побічних продуктів лісової промисловості. Для виробництва енергії використовуються лісозаготівельні залишки або інша малоцінна біомаса, та побічні продукти целюлозно-паперового виробництва [5].

Зростання екологічної свідомості споживачів створює попит на продукцію, яка виробляється з додержанням екологічних стандартів. Розробка та виробництво екологічно відповідальних продуктів може бути ключовою стратегією для підприємств лісового господарства.

Співпраця з іншими галузями. Партнерство з технологічними компаніями, виробниками меблів, фармацевтичними чи косметичними підприємствами може відкривати нові можливості для створення спільних продуктів та взаємодії в різних секторах.

Загальна стратегія повинна базуватися на гнучкому управлінні, що дозволяє підприємствам ефективно реагувати на змінюючі умови ринку та максимізувати використання лісових ресурсів у балансі з екологічними та економічними потребами.

Література

1. Ютовець О.П. Основні цілі диверсифікації виробництва в лісовому господарстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.13. С. 336-341.
2. Стан та перспективи розвитку промислового перероблення сировинних ресурсів в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень: веб-сайт. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/stan-ta-perspektyvy-rozvytku-promyslovoho-pereroblennya-syrovynnykh> (дата звернення: 10.11.2023).
3. Від експорту сировини до автомобілів. Як Україна розвиває переробку і що потрібно, аби її ставало більше. Економічна правда: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/war-economy/2023/09/28/691957/> (дата звернення: 10.11.2023).
4. Дрони оцінюють врожай шишок. Відкритий ліс: веб-сайт. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tWYiLOTwefsJ:https://www.openforest.org.ua/250695/&hl=uk&gl=ua> (дата звернення: 10.11.2023).
5. Цінне паливо – з відходів. Відкритий ліс: веб-сайт. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yBdYj3spnfMJ:https://www.openforest.org.ua/210365/&hl=uk&gl=ua> (дата звернення: 10.11.2023).

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНИЙ АГРОБІЗНЕС: ТЕХНОЛОГІЇ, ЕКОНОМІКА, ТРЕЙДИНГ

Модератор секції — *Сас І.С.*, канд. екон. наук, доцентка

Булах Г.О.

*Економіка агробізнесу та аготрейдинг, 6 курс
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент Садовник О.В.*

РОЗВИТОК БДЖІЛЬНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Бджільництво в Україні має глибокі історичні традиції та вважається сьогодні все більш прибутковим бізнесом в силу своєї орієнтованості на створення і підтримку умов сталого господарювання в громадах. Дніпропетровська область здавна вважається одним з найбільш «медових» регіонів країни, де 98 % виробництва припадає на дрібні господарства. Україна посідає перше місце в Європі, і п'яте в світі за обсягом виробництва меду, офіційно виробляючи майже 70 тис. тон меду, втім самі виробники наводять цифру у понад 100 тис. тон, що становить 5-6% світового виробництва.[5;6]

Сучасне бджільництво в сільській місцевості є перспективною галуззю з великим комерційним потенціалом і доданою вартістю продукції, адже воно орієнтоване на створення засад сталого господарювання.

Конкурентоспроможність галузі визначається насамперед якістю меду, від якої залежить попит, у тому числі й експорт цієї продукції. Отже, розв'язання проблеми нарощування виробництва високоякісного меду є питанням переважної актуальності, й потребує комплексного підходу не тільки до виробництва, але й до впровадження технологій контролю за якістю продукції та надання їх «товарності».[7]

Другим фактором успіху бізнесу у сфері бджільництва є об'єднання зусиль громади заради посилення ефекту спільної корисності: «Планування та єднання заради успіху».

Це пояснюється дією наступних чинників:

по-перше, тільки організовані форми взаємодії зроблять бджолярів громади повноцінним гравцем ринку;

по-друге, будь-яка організація буде життєздатною за умов зацікавленості в її роботі кожного бджоляра;

по-третє, кооперативний рух визнано у світі як найбільш вигідну форму взаємодії незалежних бджільницьких господарств.[2]

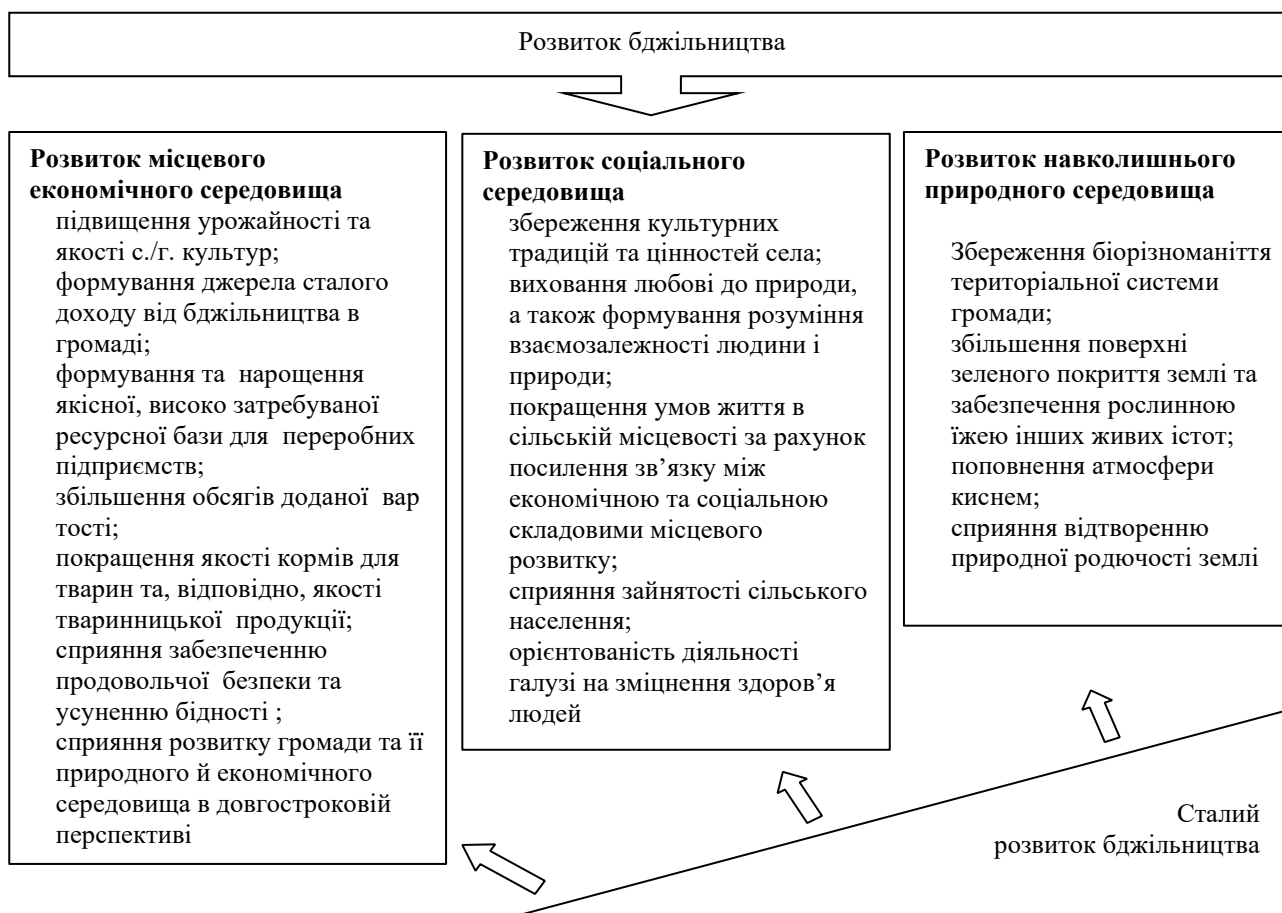


Рис. 1 - Розвиток бджільництва [1]

Синергічне поєднання зусиль приватних бджолиних господарств щодо мінімізації витрат та максимізації доданої вартості виробленого меду, створення лінії з доробки меду бджолиного на базі кооперативів в сільській місцевості та його продаж на ринки США, країн-членів Європейського Союзу та України, є економічно ефективним (за умови відповідного управління) і вирішить низку економічних і соціальних потреб не лише сільської місцевості, але й області в цілому.[3]

Таблиця 1 - Ключові фактори успіху бджільницького кооперативу [4]

1	Вироблення якісної продукції – отримання належного прибутку
2	Розширення меж виробництва та видів продукції/послуг – нарощення доданої вартості продукту
3	Створення фонду взаємодопомоги для розвитку, підтримки та вирівнювання можливостей
4	Синергія підтримки: кожен член кооперативу відчуває, що він – не один, і при необхідності йому допоможуть фінансово, організаційно
5	Перспектива чіткої спеціалізації пасік для ефективного функціонування кооперативу
6	Зниження витрат: • можливість закуповувати пакети, племінні матки, інвентар, лікарські препарати та ін. за нижчими цінами;

	• можливість організовувати планові кочівлі бджіл і їх охорону з меншими витратами; • можливість забезпечення експертного супроводу розвитку бізнесу; • можливість навчання та підвищення кваліфікації, в тому числі, за кордоном
7	Формування ліній підготовки, фільтрування та розливу меду в різну тару
8	Вдосконалення маркетингової діяльності за рахунок колективної участі
9	Професіоналізація та глибша комерціалізація галузі
10	Залучення інвестицій

Отже, покращення ефективності бджільництва дає нам можливість розвитку країни як на локальних рівнях (громади), так і на державному. Особливо враховуючи розвинене землеробство та садівництво, яке має перспективи для підвищення врожаю зернових, технічних, плодово-ягідних та овочевих культур, а також зростання економіки країни.

Література

1. Чвалюк А. Н. Сучасний стан правового регулювання бджільництва в Україні. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е.О. Дідоренка*. 2020. Т. 2, № 90. С. 215–227.
2. Цілі сталого розвитку. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/sustainable-development-goals/cilistalogo-rozvitku> (дата звернення: 01.11.2023).
3. Жученко Д. Б. Передумови створення регіонального кооперативного об'єднання пасічників. Ефективна економіка №2 2014. Журнал «Ефективна економіка» - наукове фахове видання з питань економіки. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2750> (дата звернення: 01.11.2023).
4. Кулинич І. Основні економічні фактори, що впливають на розмір та успішність діяльності пасічного господарства. Сучасне бджільництво: проблеми, досвід, нові технології : зб. матеріалів науково-практ. конф. з міжнар. участю, м. Київ, 20 серп. 2021 р. Київ, 2021. С. 37–39
5. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 р.р. CSR Ukraine. URL: <https://csrukraine.org/research/vnesok-ukrainskogo-biznesu-sdg/> (дата звернення: 07.11.2023).
6. Разанова О., Скоромна О. Технологія виробництва продукції бджільництва : навч. посіб. Вінниця, 2020.
7. Bee Vectoring Technology | Hive & bees in an inoculum dispenser system. Bee Vectoring Technology. URL: <https://www.beevt.com/solution/hive-bees-bee-vectoring-technology> (date of access: 01.11.2023).

АГРОПРОМИСЛОВИЙ СЕКТОР В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Агропромисловий комплекс є життєво необхідним, провідним сектором національної економіки, оскільки він відображає інтереси кожної людини. Основним завданням АПК, а точніше його місії, є забезпечення продовольчої безпеки країни, розширення та ефективне використання можливостей експорту для реалізації надлишків продовольства, а також сприяння забезпеченню енергетичної безпеки. [1]

На сучасному етапі економічного розвитку агропромисловий сектор України є однією з найважливіших ланок економічних систем більшості країн світу з ринковою економікою. Агропромисловий комплекс України посідає друге місце в структурі всього господарства держави, після індустріального виробництва. Крім того, споживча цінність сільськогосподарської продукції визначається як одна з ключових галузей українського експорту. Україна знаходиться в сприятливих природних та кліматичних умовах для розвитку аграрної галузі і на сьогоднішній день входить в перелік найсильніших виробників аграрної продукції, та займає провідні позиції серед сучасних світових експортерів. Агропромисловий комплекс України має досить високі показники інвестиційної привабливості, оцінюється як перспективний, і навіть під час війни викликає зацікавленість українських та іноземних інвесторів. Галузі, що входять в сектор АПК, станом на 2021 рік забезпечували майже 14% зайнятості населення.

Агропромисловий комплекс України включає в себе спеціалізовані підприємства а також, організації, які виконують випуск та переробку продукції сільського господарства, її транспортування та реалізацію і, належне зберігання. Також, виокремлюють аграрні компанії, що забезпечують ремонт техніки та устаткування, випуск виробничих фондів, здійснюють дослідницьку роботу та інтегрують її результати в сфери тваринництва та землеробства. Галузі, які утворюють АПК України, умовно розділяють на чотири сектора: фондоутворюючі, сільське господарство, інфраструктурні та переробні.

В результаті дослідження ряду наукової літератури, виявлено що агропромисловий комплекс здійснює як виробництво продовольчих, так і непродовольчих товарів, отриманих шляхом переробки сировини сільського господарства. Сектори комплексу, які спеціалізуються на обробці продукції тваринництва чи рослинництва, відомі як галузеві. Серед них можна виділити ті, що спеціалізуються на обробці продукції рослинництва, такі як зернопродуктовий, овочеконсервний, плодоконсервний бурякоцукровий, промисловість переробки льону, і ті, що фокусуються на переробці продуктів тваринництва, такі як молочна промисловість, м'ясна та переробка продуктів птахівництва. З точки зору місця розташування, сектори АПК розподіляють на пункти, центри, вузли та кущі. Також їх можна класифікувати за зональним принципом, враховуючи розташування в Поліссі, Степу та Лісостепу України. Окремо необхідно відзначити важливість харчової промисловості, яка є важливою ланкою АПК. Вона поділяється на три категорії: ті, що переробляють нетранспортабельні або мало транспортабельні сировини, з високими витратами та коротким терміном зберігання, такі як спиртові, консервні, цукрові, крохмале-патокові, жирова, олійна та маслоробна промисловість; ті, що переробляють транспортабельні сировини та виробляють продукцію з

обмеженими термінами зберігання, такі як кондитерське, хлібопекарні, макаронне виробництво, молочне виробництво, пивоварні, слабоалкогольні напої, безалкогольні напої; ті, що можуть розташовуватися як поряд з джерелами сировини, так і в зонах реалізації, а також ті, які можуть мати різні етапи технологічних процесів, такі як м'ясна, тютюнова, борошномельна та виноробна промисловості.[2]

В умовах сьогодення, на агропромисловий сектор значний вплив здійснила агресія рф. За результатами дослідження можемо виокремити основні ризики агропромислового сектору економіки під час військових дій. На першому місці стоїть загроза втрати виробничого потенціалу та необхідних ресурсів для нормального функціонування підприємств. Значна частина земель постійно потрапляє під обстріл, перебуває під окупацією або потребує обстеження та розмінування, що унеможливорює їх ефективне використання. Спостерігається зменшення обсягів внесення необхідних добрив і спеціалізованих засобів для захисту рослин, що негативно позначається на показниках врожайності та порушує якість землі. Території, які постраждали від бойових дій, зазнали руйнувань різних об'єктів сільського господарства.

Станом на сьогодні землі сільськогосподарського призначення, які раніше оброблялись підприємствами потребують значних інвестицій та реконструкції для повернення можливості їх використання. Внаслідок воєнних дій також виникла проблема забруднення земель, призначених для виробництва продуктів харчування. У наш час, приблизно третина земельного фонду України знаходиться в зоні ризику. Головними проблемами є забезпечення підприємств необхідною технікою, спостерігається зниження продажів спеціалізованих машин, що викликано різними факторами, в тому числі знищенням та викраданням техніки. Великий вплив на галузь має припинення діяльності підприємств та масштабні зміни в їх роботі через фінансові та економічні втрати. Внаслідок воєнних дій багато кваліфікованих фахівців та власників бізнесу припинили свою діяльність, або взагалі були вимушені мігрувати. За даними ООН, їх кількість становить близько 150 тисяч осіб. На сьогодні невідомо, чи є можливість відновлення їх діяльності, як наслідок — можлива зміна профілю або повний вихід зі сфери.

Виробники сезонної продукції, які формували доходи та зайнятість населення сіл, також зазнали значних втрат через знищення об'єктів інфраструктури для обробки та зберігання сировини. Проте агропромисловий комплекс України впорався зі складними умовами, і продемонстрував позитивні тенденції розвитку та стійкі економічні показники, зібравши понад 67 мільйонів тон врожаю за 2022 рік, та продовжуючи забезпечувати світ продовольчою безпекою. Після підписання зернової угоди тільки за серпень 2022 року було відправлено 68 суден, які виконали доставку 1,72 мільйони тон продукції АПК України в 18 країн. Весь обсяг поставок з використанням різних логістичних шляхів склав приблизно 5 мільйонів тон продукції за серпень. Протягом 11 місяців 2022 року виконано експорт 50,9 мільйонів тон продуктів агропромислового комплексу України, та продуктів харчової сфери. Загальна сума поставок склала 21,1 мільярд доларів США. [2]

Отже, незважаючи на проблеми, які властиві сучасному етапу розвитку агропромислового сектору, можна дійти висновку, що Україна має активно розвивати виробничі потужності сільського господарства. Це необхідно для того, щоб протягом найближчих років наша сільськогосподарська продукція могла вийти на світовий ринок і успішно конкурувати з продукцією інших розвинутих країн світу. Значну роль у цьому процесі повинна відігравати інноваційна діяльність. Одним із пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в аграрному секторі є впровадження найбільш перспективних агротехнологій і на цій основі підвищення продуктивності виробництва з метою зниження витрат на одиницю

продукції та зміцнення її конкурентоспроможності на внутрішньому і світовому ринках. Серед ключових напрямків інноваційного розвитку аграрного сектора слід виділити такі: 1) розробка та впровадження у виробництво високопродуктивних сортів і гібридів сільськогосподарських культур, а також нових порід тварин і птиці; 2) підтримка агроекологічної діяльності, зокрема розвитку альтернативного органічного агровиробництва; 3) формування висококваліфікованих професійних кадрів.[4]

Також, не менш важливим аспектом, є недостатність кваліфікованих працівників в Україні. Вирішити це питання можна стимулювавши українців та тимчасових біженців повернутися в Україну. Також можна заохочувати мігрантів з інших країн працювати в Україні. Для цього в першу чергу необхідно знизити навантаження на фонд оплати праці, що призведе до зростання заробітних плат, забезпечити стійкість національної валюти та макроекономічну стабільність, спростити міграційне законодавство. [3]

Література

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. 2-ге вид., доп. і перероблене. К.: КНЕУ, 2004. 624 с.
2. Агропромисловий комплекс України, огляд ніші та реалії сьогодення. – Режим доступу: <https://blog.youcontrol.market/aghropromislovii-komplieks-ukrayini-oghliad-nishi-ta-riealiyi-soghodiennia/> (дата звернення: 11.11.2023)
3. Гетман О. Як війна вплинула на агросектор і що може зробити держава для пришвидшення відновлення? *Економічна правда*. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/15/698035/> (дата звернення: 11.11.2023)
4. Михайлов А.П. Сучасний стан та перспективи розвитку аграрного сектору економіки України. Науковий вісник УМО «Економіка та управління». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/159118851.pdf> (дата звернення 11.11.2023)

Іващенко К. Д.

“Економіка агробізнесу та аготрейдинг”, 2 курс,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Сас І. С.

АДАПТАЦІЯ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ НА ЗМІНИ КЛІМАТУ

За останні 20-25 років по всьому світу спостерігається стрімка зміна клімату, що насамперед має значний вплив на агропромисловий комплекс. Оскільки сільське господарство напряму залежить від погодних умов та зовнішніх природних чинників - будь-які зміни можуть понести великі втрати. Клімат в Україні є чутливим, тому легко піддається глобальному потеплінню. Дефіцит вологи та миттєва зміна температури погіршують стабільність та якість очікуваних урожаїв. Збільшення кількості днів з температурою повітря вище 30 градусів Цельсія, спровокували передчасне дозрівання культур, що натомість погіршило якість збору [1]. Також, з кожним роком середня кількість опадів стрімко зменшується, що є передумовою посухи та погіршення врожаю сільськогосподарських культур. Нестабільність опадів, зумовлена високою температурою, тільки ускладнює умови ведення сільського господарства. Зміна клімату спричинила переміщення та розширення ареалу вирощування певних культур на північ і захід України, натомість на півдні, через серйозний зріст температури та критично недостатню кількість опадів - ситуація тільки

погіршилася.

Ще однією наявною проблемою, яка має певний вплив - є виробництво, переробка сільськогосподарської продукції, та матеріально-технічне обслуговування всього процесу. Вся ця діяльність несе чималий внесок в забруднення довкілля, що має величезний вплив на зміну клімату. Через відсутність належних погодних умов, які необхідні при вирощуванні культур, доводиться застосовувати штучні методи та залучати більшу ніж зазвичай кількість ресурсів. Тому, в регіонах з непростим кліматичним становищем ведення сільського господарства стає надто витратним і складним [3]

Для вирішення критичної ситуації зі зміною клімату, аграрії мають знайти раціональні варіанти адаптації в умовах, що складаються. Кожен регіон, зважаючи на свої природно-кліматичні особливості страждає по різному, тому необхідно розробити альтернативи для заміни недостатніх умов, мінімізувати викиди шкідливих речовин при виробництві та переробці культур. Головною метою є пристосування до цих екстремальних умов, як виробників, так і самого продукту, який виробляється.

Ключові проблеми, пов'язані з сільським господарством та його впливом на навколишнє середовище, враховуючи дослідження, є чіткими, і головне – знайти для них рішення. Зміни клімату та польові роботи можуть призвести до неможливості певних видів рослин вижити в аномальних погодних умовах, порушуючи еко-баланс. Рішенням може слугувати використання стійких до змін клімату сортів рослин, здійснення захисту вразливих рослин та здійснювати підтримку агрокультур, які сприяють біорізноманіттю, що може допомогти зменшити втрату біорізноманіття.

Характерним для діяльності підприємств є використання хімічних засобів для обробки рослин, які спричиняють забруднення прибережних зон та закислення океану. Зменшення використання хімічних засобів, впровадження точних методів землеробства та збільшення екологічно чистих підходів можуть допомогти зменшити негативний вплив на водні екосистеми. Ерозія, зниження вмісту органічної речовини, засолення та інші фактори, що свідчать про деградацію ґрунту, можуть впливати на його родючість.

Вважаємо за необхідним сучасному агробізнесу переходити на застосування точного землеробства, що може допомогти агрономам оптимізувати використання ресурсів, уникати надмірного використання добрив та зменшити вплив сільського господарства на ґрунт. Варто зазначити, що масштабне вирубування лісів для створення нових аграрних угідь може спричинити втрату природного біорізноманіття та порушення екологічного балансу. Напрямки для розв'язання цієї проблеми включають стала лісову політику, відновлення лісів, підтримку агроекологічних практик та збереження лісових резерватів.

Одне з практичних рішень, яке я вважаю дієвим та актуальним – є комплекс ESG (екологія, соціальний розвиток та корпоративне управління). Ця методика спрямована на вирішення ризиків, оцінки впливів на виробництво та заохочення зацікавлених сторін, щоб оцінити чи відповідає діяльність даного підприємства екологічним та соціальним нормам. ESG сприяє не тільки покращенню фінансового стану підприємства, але і контролює екологічність виробництва та певні соціальні аспекти. Даний план використовує й Українське аграрне підприємство “АСТАРТА”. У своїх звітах компанія приділяла увагу екологічним проблемам, зміні клімату та її чинникам.

Як підсумок, зміни клімату продовжуються, і виробники плодоовочевих культур будуть далі піддаватися їх впливу. Агрономам дуже важливо вміти прогнозувати погодні умови, щоб оптимізувати час проведення польових робіт, уникнути втрат урожаю та зменшити негативний вплив сільського господарства на навколишнє середовище.

Отже, адаптація є важливим і необхідним аспектом вирішення проблеми зміни клімату для підприємств агробізнесу, оскільки останні залежать від його впливу. Тому забезпечення стійкості та родючості ґрунтів включає в себе заходи з запобігання ерозії, деградації та збереження органічної речовини на даних підприємствах. Адаптація допомагає зберегти біорізноманіття, підтримуючи виживання різних видів рослин в умовах клімату, що змінюються, в свою чергу - у сільському господарстві включає в себе використання стійких до змін клімату сортів, оптимізацію графіків сівозмін, та впровадження сучасних агротехнологій.

Література

1. Ковальчук Т. Зміна клімату та сільське господарство: як адаптуватися. Агробізнес сьогодні. 2022. – Режим доступу: <https://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/24771-zmina-klimatu-ta-silске-hospodarstvo-iak-adaptuvatysia.html>
2. Елайджа Р. Як високоточне с/г протистоїть змінам клімату. EOSDA. 2022. – Режим доступу: <https://eos.com/uk/blog/yak-vysokotochne-s-h-protystoit-zminam-klimatu/>
3. Іванчук Н. Зміна клімату та сільське господарство: як адаптуватися? EOSDA. 2023. – Режим доступу: <https://eos.com/uk/blog/zmina-klimatu-ta-silске-hospodarstvo/>
4. Застосування ESG в агробізнесі: що важливо? Дія. Бізнес. – Режим доступу: <https://business.diiia.gov.ua/esg-what-important>

Казнодій Є. В.

спеціальність «Економіка підприємства», 3 курс

*Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Сас І. С.*

ЕМБАРГО НА ІМПОРТ УКРАЇНСЬКОГО ЗЕРНА ДО ЄС

Для вирішення найважливішого питання економіки, а саме оптимального використання обмежених ресурсів за необмежено зростаючих потреб людства, існує нагальна потреба в міжнародному поділі праці: залежно від географічних умов, наявності технологій, природних ресурсів, рівня розвитку промисловості, кожна країна спеціалізується на виробництві тих благ, які доцільні за її особливостей. Таким чином однієї зі спеціалізацій України є агробізнес, який є важливим сектором економіки, що виробляє значну частину ВВП та забезпечує працевлаштування для мільйонів громадян. Україна має високий потенціал для експорту сільськогосподарської продукції, а його розвиток забезпечує не тільки покриття внутрішніх потреб, але й дозволяє країні стати важливим гравцем на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Наразі науковці та фахівці активно обговорюють перепону збуту зерна у вигляді ембарго від Польщі, Угорщини та Словаччини. Метою дослідження є виявлення причин даної проблеми, її наслідки та прогноз подальшого розвитку ситуації.

На даний час тема ембарго на імпорт українського зерна до Європейського Союзу дуже актуальна, оскільки хронологію подій бачимо в реальному часі. Новини агробізнесу сповнені інформацією щодо подробиць конфлікту. За його перебігом слідкують з завмиранням серця громадяни України, Польщі, Угорщини та Словаччини, особливо ті, хто пов'язаний з експортом з України сільськогосподарської продукції. За базу для аналізу взято новини та публікації в фахових виданнях. Оскільки початок ембарго припав на травень, інформації доволі багато, хоча суттєвих аналітичних та глибинних ресурсів, на основі яких можна

проводити власні дослідження, мало. Пов'язано це з лише нещодавнім врегулюванням конфлікту. Потрібен час на переосмислення ситуації, виокремлення ключових причинно-наслідкових зв'язків та ймовірності подальшого розгортання суперечності. Тема обговорюється у літературі з точки зору торгових конфліктів, відносин з іншими країнами, а також можливих наслідків для сільськогосподарського виробництва та глобального ринку продовольства. Дослідження зосереджуються на тому, як ембарго впливає на сільськогосподарських виробників, торговців та споживачів, і які заходи можуть бути прийняті для зменшення вразливості української економіки до подібних обмежень у майбутньому, а також шукають шляхи вирішення цієї проблеми, враховуючи інтереси як України, так і світових партнерів. Зокрема, тема вивчається з точки зору геополітичних аспектів, враховуючи роль України як одного з найбільших світових експортерів зернових.

Україна, з великим потенціалом в аграрному секторі, стала однією з ключових постачальниць зерна на світовому ринку. Однак останнім часом виникла ситуація, коли країни Європи встановили ембарго на українське зерно через нездатність місцевих аграріїв конкурувати з низькими цінами, запропонованими українськими виробниками [1]. Країни-сусіди стали основними в ланцюгу постачання сільськогосподарської продукції (не лише зерна), адже перевезення морським шляхом заблоковані через вплив військової агресії РФ. За даною проблемою лежить неефективна система логістичних перевезень, за якої українське зерно залишається на ринках країн ЄС, замість покриття попиту в країнах, які потребують імпортного зерна. Україна, як великий експортер зернових культур, має об'єми продукції, які мають бути ефективно та швидко доставлені до кінцевих споживачів. Таким чином ринки перенасичились, а конкуренція - значно посилилась, що викликало бурю негативу місцевих, що є закономірною подією, питанням часу назрівання невдоволення. Уряд, підтримуючи свою економіку, певна річ, намагається скоротити імпорт, надавши більші можливості своїм підприємствам займати частку ринку. Вирішенням даної проблеми Польща, Угорщина та Словаччина обрали ембарго, що є доволі радикальним способом зміцнити позиції. Україна звернулась зі скаргою до Світової асоціації торгівлі з метою врегулювання конфлікту. Заборона на ввезення продукції до країн ставить під питання міжнародну торгівлю та її вільність. Претензії цілком резонні: Україна втрачає мільйони євро [2]. Першими реакціями були взаємні погрози, які лише призвели до ескалації конфлікту. Не досягнувши бажаного, стало зрозуміло, що необхідно сідати за стіл переговорів та обговорювати проблему, шляхи вирішення, узгоджуючи інтереси всіх.

Наразі Україна залежна від інших держав, особливим чином від Польщі, яка надалі безцінну допомогу нашим громадянам: прихисток, виплати біженцям, робочі місця тощо. З точки зору міжнародної політики, дані країни розуміють свою владу та вклад, який унеможливорює жорсткий супротив сторони України. Станом на 19.10.2023 тимчасові обмеження у вигляді ембарго зняті, однак врегулювання спірних питань може назріти знову і з гіршими наслідками, якщо вказані домовленості не будуть виконані [3]. Важливо те, що країни не проти бути транзитними центрами, посередниками між Україною і третьою країною, тому в наших інтересах не загострювати стосунки з країнами-сусідами, а оптимізувати транспортні перевезення. Внутрішні ринки, зокрема Польщі, Угорщини та Словаччини, не мають бути заповнені продукцією українських аграріїв, в іншому випадку, держава в певній мірі намагатиметься втрутитись та врегулювати ринок на користь вітчизняних підприємств. В такому разі не вигідне становище української продукції негативно впливатиме на подальший реекспорт в країни кінцевого споживання.

Отже, ембарго на українське зерно в країнах Європи є складною проблемою, яка вимагає

уважного аналізу та розгляду причин. Для вирішення цієї ситуації необхідно здійснити зусилля щодо гармонізації норм і стандартів між Україною і Європою, а також укладення торговельних угод, які враховуватимуть інтереси обох сторін. Такий підхід сприятиме створенню справедливих умов для конкуренції на ринку зерна та забезпечити сталий розвиток аграрного сектору як в Україні, так і в Польщі, Угорщині та Словаччині. Зазначена проблема неефективної системи логістичних перевезень доповнює список причин, що лежать в основі розглянутої проблеми. Покращення логістики та збалансування постачання зерна відповідно до попиту – одні з ключових чинників у розв'язанні конфлікту дипломатичним способом.

Література

1. Наumenko Н. С. Зернова криза: Європа vs України. *Трансформація моделі соціально-економічного розвитку в умовах відновлення України та інтеграції з ЄС: III Міжнародна науково-практична конференція*. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/22370> (дата звернення 29.09.2023)
2. Кириченко А. Зернове ембарго: які втрати несе через це Україна. *Інформаційне агентство «Уніан»*. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/zernove-embargo-yaki-vtrati-nese-cherez-ce-ukrajina-12400194.html> (дата звернення 29.09.2023)
3. ЄС не продовжуватиме ембарго на експорт українського зерна. *Мультимедійна платформа іномовлення України «Укрінформ»*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3761906-es-ne-prodovzuvatime-embargo-na-eksport-ukrainskogo-zerna.html> (дата звернення 29.09.2023)

Кичук І.С

Економіка агробізнесу та аготрейдинг, 6 курс
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент Ничипорук О.І.

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРОПІДПРИЄМСТВ

Покращення ефективності агропідприємств може бути досягнуте за допомогою різноманітних стратегій та підходів. Під впливом сучасних процесів глобалізації, інтеграції та трансформаційних змін у сфері організаційно-економічних та фінансово-кредитних механізмів господарювання, значна частина аграрних підприємств в Україні опинилася в критичному стані розвитку. Це обумовлено недосконалістю системи та потребою у пошуку шляхів забезпечення їх ефективного виробництва через обґрунтування стратегій економічної діяльності та розробку інноваційних напрямків для підвищення конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках. Однак, крім зазначених чинників, що негативно впливають на ефективність аграрних підприємств, слід врахувати, що сам аграрний сектор є одним з найбільш ризикованих, оскільки його ефективність залежить від природно-кліматичних умов та адекватного технологічного та ресурсного забезпечення [1].

Для забезпечення економічного розвитку аграрних підприємств важливо реалізувати всебічну інтенсифікацію сільськогосподарського виробництва, спрямовану на підвищення врожайності сільськогосподарських культур та продуктивності худоби. Разом з цим, необхідно ефективно використовувати внутрішні можливості для максимізації виробничо-ресурсного потенціалу та проведення маркетингової діяльності. Ключовим елементом є розробка оптимальної програми виробництва основних видів продукції, що враховує вимоги ринку і потреби споживачів. Ця програма повинна бути адаптована до внутрішніх

можливостей використання наявного ресурсного потенціалу. Це дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво земель та інших ресурсів [2].

Першим кроком до покращення ефективності агробізнесу є розуміння вашого ринку та ваших клієнтів. Ви повинні знати, хто вони, що їм потрібно, що вони цінують і як вони поведуться. Вам також потрібно дослідити своїх конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Проводячи аналіз ринку, ви можете визначити свою унікальну торговельну пропозицію, конкурентну перевагу та сегменти ринку. Ви також можете використовувати цю інформацію для розробки своєї маркетингової стратегії, ціноутворення, просування та каналів розподілу.

Другим кроком до підвищення продуктивності вашого агробізнесу є оптимізація операцій і процесів. Вам потрібно переконатися, що ви використовуєте найкращі практики, технології та методи для виробництва, обробки та доставки вашої продукції. Вам також потрібно ефективно та раціонально управляти своїми ресурсами, такими як земля, вода, енергія, праця та капітал. Проводячи оперативний аналіз, ви можете визначити ключові показники ефективності, вузькі місця, ризики та можливості для вдосконалення. Ви також можете використовувати цю інформацію для впровадження заходів контролю якості, зменшення відходів, економії коштів і підвищення продуктивності.

Третій крок до покращення ефективності вашого агробізнесу – інновація ваших продуктів і послуг. Потрібно постійно стежити за тенденціями, потребами та вподобаннями клієнтів і ринку. Вам також потрібно досліджувати нові ідеї, технології та рішення, які можуть додати цінність, диференціацію та привабливість ваших продуктів. Проводячи аналіз продукту, ви можете визначити життєвий цикл продукту, портфоліо продуктів, недоліки продукту та потенціал продукту[3] Ви також можете використовувати цю інформацію для розробки нових продуктів, удосконалення існуючих продуктів або диверсифікації свого асортименту.

Четвертий крок до покращення ефективності вашого агробізнесу – це залучення зацікавлених сторін і побудова з ними міцних відносин. Вам потрібно ефективно, прозоро та послідовно спілкуватися зі своїми клієнтами, постачальниками, співробітниками, інвесторами, регуляторами та спільнотою. Ви також повинні прислухатися до їхніх відгуків, очікувань і занепокоєнь, а також вирішувати їх швидко й задовільно. Проводячи аналіз зацікавлених сторін, ви можете визначити свої групи зацікавлених сторін, їхні інтереси, їхній вплив і їхнє задоволення.[4] Ви також можете використовувати цю інформацію для розробки стратегій обслуговування клієнтів, управління постачальниками, залучення працівників, відносин з інвесторами та корпоративної соціальної відповідальності.

П'ятий крок до покращення ефективності вашого агробізнесу – це вчитися на ваших даних і використовувати їх для прийняття обґрунтованих рішень. Вам потрібно збирати, аналізувати та інтерпретувати дані з різних джерел, як-от дослідження ринку, ваші операції, ваші продукти та ваші зацікавлені сторони. Вам також потрібно використовувати такі інструменти, як інформаційні панелі, звіти та діаграми, щоб візуалізувати та передавати свої дані. Проводячи аналіз даних, ви можете визначити свої сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, а також оцінити свою ефективність у порівнянні зі своїми цілями та контрольними показниками. Ви також можете використовувати цю інформацію, щоб оцінити свої результати, виявити недоліки та спланувати свої дії.

Шостий і останній крок до покращення продуктивності вашого агробізнесу — адаптація до середовища та готовність до змін. Вам потрібно стежити за зовнішніми факторами, такими як економічні, соціальні, політичні, правові та екологічні умови, які можуть вплинути на ваш

агробізнес. Ви також повинні передбачити виклики, можливості та ризики, які можуть виникнути через ці фактори. Проводячи аналіз середовища, ви можете визначити свої загрози, можливості та сценарії, а також оцінити їхній вплив і ймовірність. Ви також можете використовувати цю інформацію для розробки своїх планів на випадок надзвичайних ситуацій, стратегій пом'якшення наслідків і можливостей стійкості. Ці кроки становлять комплексний підхід до покращення ефективності агробізнесу та сприяють його стійкому розвитку в умовах змінного середовища. [5]

Покращення ефективності агробізнесу вимагає комплексного підходу та ретельного вивчення різних аспектів підприємницької діяльності. Розуміння ринку та потреб клієнтів, оптимізація операцій, інновації у продукції та послугах, залучення зацікавлених сторін та використання даних для прийняття обґрунтованих рішень є ключовими етапами цього процесу. Додатково, адаптація до змін у середовищі та готовність до нових викликів є важливими елементами стійкого розвитку аграрного бізнесу.[6] Зазначені шість кроків, які включають аналіз ринку, оптимізацію операцій, інновації, взаємодію з зацікавленими сторонами, використання даних та гнучкість до змін, становлять інтегрований план дій для підвищення конкурентоспроможності та стійкості агробізнесу в сучасних умовах. Реалізація цих кроків сприятиме ефективному управлінню ресурсами, зростанню прибутковості та збільшенню конкурентоспроможності в галузі сільського господарства.

Література

1. Гречкосій В. В. Стан і перспективи розвитку регіонального ринку продукції рослинництва. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2009. С. 81-86.
2. Бутенко Д. С., Шеянова Ю. Д. Management of organizational capital of business enterprises. *Економіка і суспільство*. 2019. No. 20. С. 5-7
3. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Roots. N. Y, 1997. P. 24-39
4. Абрамович І. А. Теоретичні основи та форми прояву аграрного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2011. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=907> (дата звернення: 10.11.2023).
5. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності : Зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. С. 52-57.
6. Пономарьова М. С. Обґрунтування стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах господарювання. *Вісник ХНАУ*. 2017. № 2 С. 268–275.

Левчук О. С.

студентка 3-го курсу «Економіка підприємства»

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва Сас І. С.

РИНОК ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ АГРОБІЗНЕСУ

Вступ. У наш час ринок органічної продукції є одним з найперспективніших галузей агробізнесу. Ця галузь привернула увагу не лише великих агрохолдингів, але і малих сімейних підприємств, які хочуть виготовляти продукцію з мінімальним впливом на навколишнє

середовище, а також представити на ринку якісний і безпечний товар. Проблема сьогодення полягає в тому, що багато людей купують товар з позначкою «organic» тільки через те, що це популярно і вони до кінця не розуміють відмінність звичайних овочів чи м'яса від органічних. В свою чергу, органічна продукція – це та продукція, не містять ГМО, пестицидів, синтетичних добрив, антибіотиків чи ростових стимуляторів. Органічне сільське господарство ставить перед собою мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище, дотримуватись екологічних методів вирощування рослин та утримання тварин. В умовах сьогодення є місце тенденції зростання ринку органічної продукції на 10-15% щорічно, водночас, попит в даних умовах зазвичай перевищує пропозицію. Однак, варто врахувати вплив на ринок органічної продукції наслідків військової агресії РФ, що негативно відображається на потенційних можливостях даного сегменту ринку. Виходячи з цього, метою дослідження є проаналізувати стан органічного ринку України, а також з'ясувати тенденції та можливості агробізнесу у даному секторі в умовах сьогодення.

Огляд фахової літератури. Останні публікації та дослідження ринку органічної продукції свідчать про те, що в Україні зберігається, як і у світі, тенденція розвитку даного агросектора. Актуальність органічної продукції розглядається в багатьох роботах українських авторів, зокрема в працях Лівінського А.І., Городняка І.В. та Петровського С.В., а також багато інших [1-2]. Дані автори у свої дослідженнях провели аналіз розвитку органічної продукції в Україні: динаміка обсягів внутрішнього ринку в даній галузі, оцінка експорту та імпорту органічних товарів, а також виокремили основні переваги органічного виробництва в країні. Українські автори переважно зосереджені на аналізі розвитку органічного господарства в Україні та світі. Якщо звертатись до сучасних зарубіжних авторів, таких як Hoang Viet Nguyen, Ninh Nguyen, Bach Khoa Nguyen, Antonio Lobo, Phuong Anh Vu [3] та Shanjida Chowdhury, Abdelrhman Meero, Abdul Aziz Abdu Rahman, K. M. Anwarul Islam, Nurul Mohammad Zayed, K. B. M. Rajibul Hasan [4], то вони здебільшого зосереджені на психологічному аспекті або маркетинговій стратегії, аби пояснити, з яких причин люди купують органічну продукцію, проте аналіз ринку також присутній, хоч і не такий детальний. Різниця в написанні наукових статей українськими та зарубіжними авторами є значною, оскільки вітчизняні науковці досліджують ринок, фокусуючись на продукції, тоді як іноземні фокусуються на споживачі та його вподобаннях.

Результати дослідження. Органічна продукція – це сільськогосподарська продукція, отримана в результаті органічного виробництва, тобто сертифікованої діяльності за певними стандартами та принципами, що встановлено законодавством [5]. Як зазначалось раніше, органічна продукція має низку вимог, щоб її вважали «органічною», в тому числі до них належить заборона на використання ГМО – генетично модифікованих організмів. Традиційно, більшість людей, коли чує даний термін думає про шкідливе, проте не знає як саме воно впливає на організм людини. Насправді, питання щодо безпеки чи небезпеки ГМО є складним і розглядається науковцями та регулюються владою в багатьох країнах. Є чимало наукових статей, які доводять, що багато ГМО є безпечними для споживачів, проте у суспільстві все одно панує думка про їх небезпеку. Саме такі люди переважно і віддають перевагу органічній продукції. Проте не лише забороняється використовувати ГМО, а й низку інших речовин: пестицидів, стимуляторів росту, штучних харчових добавок тощо, оскільки дані речовини мають наукове підтвердження про їх шкідливість для людського організму.

За останні роки попит в Україні та світі на органічну продукцію лише зростає, бо все більше людей почали піклуватись про своє здоров'я та довкілля. Відповідно, чим вищий попит, тим доцільніше збільшувати пропозицію. Якщо брати до уваги світову тенденцію зростання роздрібної торгівлі органічною продукцією, то з 2010 по 2020 роки вартість

продажів збільшилось майже в 3 рази, з 41,3 до 120 млрд євро [6, С. 14]. В Україні ситуація схожа, проте загальна площа сільськогосподарських угідь для органічної продукції постійно змінюється. Станом на кінець 2021 року загальна площа з сільськогосподарських угідь, зайнятих під органічним виробництвом, склала 422 299 га, що становить лише 1% від загальної площі угідь сільськогосподарського призначення [7]. Якщо порівнювати з попередніми роками, то з 2017 по 2019 роки загальна площа збільшувалась, а з 2019 по 2021 роки зменшувалась, проте експорт у вартісному вираженні тільки збільшувався з 76,5 до 200 млн євро [8]. Найбільше Україна експортує продукцію до країн ЄС, тому не дивно, що вона входить в топ-5 країн-імпортерів. За словами першого заступника Міністра аграрної політики та продовольства України Тараса Висоцького, що в країні працюють над експортним планом органічної продукції, щоб збільшити його до 1 млрд євро до кінця 2030 року. Проте потрібно розуміти, що план виконати буде важче, оскільки українські порти блокуються країною-агресором, а площа сільськогосподарських земель для органічної продукції окуповані – щонайменше на 30%.

Найбільше з України експортується до ЄС така органічна продукція, як кукурудза, пшениця, соя, ріпак, макуха соняшникова, соняшник, чорниця заморожена, олія соняшникова, пшоно, горох. Якщо порівнювати експорт з внутрішнім ринком, то найбільш популярні наступні товари: молочна продукція, зернові вироби, овочі та фрукти, яйця, м'ясо, прянощі, олія тощо. Як приклад, обсяг реалізації молочної продукції, як фаворита серед загальної кількості, з 2019 по 2020 рік зріс від 320 до 420 млн грн [6, С. 45]. Обсяг реалізованої молочної продукції з 2018 по 2020 роки продовжував збільшуватись. Це свідчить про збільшення попиту на органічну продукцію в країні, тому слід зосередитись на їхньому виробництві. Навіть в порівнянні 2017-2020 роки, то видно динаміку зростання обсягів реалізації органічного м'яса: у 2017 році обсяг продажів склав більше 8 млн грн; у 2018 та 2019 роках – більше 30 млн грн; у 2020 – більше 40 млн грн [6, С. 49].

Варто зазначити, що через вплив збройної агресії РФ проти України, відбулось скорочення кількості виробників сільськогосподарської органічної продукції, особливо в Запорізькій та Харківській областях через значну окупацію територій. Це мало вагомий вплив, оскільки Запорізька область є одним з лідерів по площі сільськогосподарських земель для виробництва органічної продукції. Також відбулись зміни в роботі органів іноземних сертифікацій – зупинка своєї діяльності через неможливість забезпечення контролю за діяльністю виробників. Ці фактори також вплинули на скорочення кількості операторів, хоча частина з них перейшла до інших органів сертифікації. На кінець 2022 року налічувалось 462 оператори, з яких 380 – це сільськогосподарські виробники, що на 12% менше, ніж у 2021 році [9].

Висновки. Ринок органічної продукції є одним з найдинамічніших галузей в сільському господарстві. Зміни у споживчих звичках та зростання їхньої усвідомленості щодо якості та екологічної безпеки відкрили нові можливості для аграрного бізнесу. Через зростання попиту і, відповідно, продажів – виробники мають можливість не лише піклуватись про навколишнє середовище, а й збільшити дохід, оскільки органічна продукція дорожча за звичайну. Для України це також можливість, аби охопити нові ринки експорту своєї продукції, однак, щоб конкурувати на міжнародному ринку, необхідно відповідати міжнародним стандартам та мати сертифікацію. Розвиток органічної продукції має чимало переваг, але й багато викликів: збільшення витрат на інфраструктуру та навчання робітників, забезпечення необхідного рівня якості продукції, на яку чекають споживачі тощо. Загалом ринок органічної продукції надає значні можливості для заробітку підприємців, проте вимагає значних інвестицій у якість та

стандартизацію продукції, а також залежить від військових загроз для країни з боку рф.

Література

1. Лівінський А. І. Органічне виробництво як пріоритетна складова сталого розвитку аграрного сектору України. *Economic bulletin of the black sea littoral*. 2022. № 3. С. 47–58.
2. Городняк І.В, Петровський С.В. Аналіз ринку органічної продукції в Україні. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 31–35.
3. Organic food purchases in an emerging market: the influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. H. Nguyen et al. *International journal of environmental research and public health*. 2019. Vol. 16, no. 6. P. 1037. URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph16061037>
4. An empirical study on the factors affecting organic food purchasing behavior in bangladesh: analyzing a few factors. S. Chowdhury et al. *Academy of strategic management journal*. 2021. No. 4. URL: <https://www.researchgate.net/publication/352222167>
5. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції/ Закон України від 10 липня 2018 року № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
6. Дослідження органічного ринку України 2019–2020. С. Галашевський та ін. 2021. URL: https://organicinfo.ua/Market_study_2019-2020_web.pdf
7. Органічне виробництво в Україні. Міністерство аграрної політики та продовольства України. 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
8. Експорт української органічної продукції у світі. *OrganicInfo*. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/ua-organic-export-2021/>
9. В Україні відбулось скорочення кількості органічних земель та операторів – результати 2022 року. *OrganicInfo*. URL: <https://organicinfo.ua/news/results-of-2022-certification/>

Манова А.О.

«Економіка підприємства», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – канд.екон. наук, доцент Чухраєва Н.М.

ІННОВАЦІЇ В АГРОБІЗНЕСІ

Вступ. Агробізнес є одним з найбільших галузей української економіки, що забезпечує до 20% валового внутрішнього продукту країни і створює мільйони робочих місць. Станом на кінець 2021 року агробізнес приніс майже 40% валютної виручки країни. Щорічно Україна виробляє близько 100 мільйонів тон зернових культур, що робить країну однією з найбільших світових експортерів [1].

Під час повномасштабного вторгнення агросектор отримав багато випробувань, такі як: руйнування налагоджених роками процесів та логістичних ланцюгів. Також частина території на якій здійснювався аграрний бізнес досі є замінованою, через що відповідно, доступ до неї відсутній, а склади і техніку зруйновано. Не дивлячись на це, станом на кінець жовтня 2023 року Україні вдалося експортувати 4,8 млн. т. продукції АПК, що на 15% більше аналогічного показника попереднього місяця [2].

Оскільки аграрний сектор є одним з найважливіших секторів економіки України,

позитивний вплив на його розвиток і забезпечення його конкурентоспроможності мають інновації. Спрямовані на вивчення сучасних інноваційних підходів, технологій, які використовуються з метою збільшення та підвищення якості продукції.

Огляд фахової літератури. Розгляду означеної теми присвятили свої роботи такі науковці, як: Волошук Ю.О., Волошук В.Р. [3], Залєвська-Шишак А.Д., Фесун Ю.А. [4], Шебаніна О.В., Кормишкін Ю.А. [5], Шебаніна О.В., Купчишина О.А. [6].

Вищезазначені науковці та вчені докладають зусиль для розуміння та покращення сучасного стану агропромисловості в країні. Їх роботи спрямовані на вивчення проблем забезпечення конкурентоспроможного розвитку агробізнесу, який досягається шляхом впровадження новітніх технологій в Україні.

Викладення основного матеріалу. У забезпеченні ефективного функціонування інноваційного підприємства важливу роль відіграє інфраструктура. На сьогоднішній день для України інноваційна інфраструктура є недостатньо розвиненою, тому для покращення ситуації необхідна підтримка з боку держави. Впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності аграрного сектору сприяє: зростанню продуктивності праці, економії різних видів ресурсів, скороченню витрат і зниженню собівартості аграрно-продовольчої продукції, нарощуванню обсягів і підвищенню ефективності виробництва. Виходячи з того, що з кінця 2019 року і до теперішнього часу події негативно впливають на українську економіку, тим саме зменшуючи прибуток в країні. Не дивлячись на це, впровадження інновацій в українському агробізнесі є дуже важливим, як ніколи [7].

Сьогодні інноваційні підходи в агробізнесі, які активно використовуються в західних країнах, зокрема використання сучасних технологій, інвестиції в дослідження та розвиток, впровадження сільського туризму, покращення системи обробки та збереження продукції - допомагають покращити напрямки діяльності.

За допомогою ІТ-рішення аграрний сектор в західних країнах, має більший успіх. Це рішення впроваджує систему точного землеробства, аерозйомка з метою контролю якості посівів, ведення історії полів для вибору оптимальної культури, лабораторні дослідження ґрунту для отримання інформації про біохімічний склад. Інноваційне ІТ-рішення дає можливість збільшити врожайність та знизити собівартість продукції завдяки скороченню витрат на паливо, насіння й добрива [8].

Яскравим представником здійснення активної інноваційної діяльності є національний агрохолдинг - Миронівський хлібопродукт (МХП), який у жовтні 2017 року оголосив про запуск акселератора аграрних стартапів разом з UNIT City Radar Tech, де в майбутньому найкращі стартапи зможуть співпрацювати з МХП. Холдинг вже зараз використовує декілька інноваційних розробок – це METEOTREK, що спеціалізується на проведенні технологічних операцій в сільському господарстві. Додаток MobiMill був створений задля цифровізації бізнес-процесів рослинництва. Ще однією інновацією став Peoplemeter МНР, функцією якого є контроль умов зберігання товарів на полицях у точках продажу. В МХП використовують такий альтернативний енергетичний ресурс, як біогаз. Компанія займає провідні позиції в країні з його виробництва [9].

Як видно, впровадження інновацій в агробізнес можливе. Для цього потрібно подолати проблеми, які заважають розвиватися та покращувати дану галузь, а саме:

- Залучати висококваліфікованих спеціалістів із різних сфер до аграрного сектору;
- Позбутися корупції;
- Підтримувати малі фермерства та сприяти роздрібній торгівлі;
- Збільшувати фінансування;

- Підвищувати якість продукції відповідно до міжнародних стандартів.

Подолання цих проблем, дозволить залучити інноваційні технології, збільшити фінансування інвесторів, отримувати більший прибуток.

Отже, підсумовуючи вищезазначене можемо стверджувати, що розвиток українського агробізнесу має недостатній рівень в порівнянні з розвиненими країнами. Тому, для покращення ситуації в аграрному секторі необхідні впровадити заходи, які дозволять залучити висококваліфікований персонал, спростити бюрократичні процедури, вдосконалити системи безпеки продукції відповідно до міжнародних стандартів, створити нові робочі місця та розвинути соціальну інфраструктуру сільських територій. Запровадження інноваційних технологій вирішить зазначені проблеми та допоможе уникнути можливих загроз, забезпечуючи при цьому високий рівень ефективності діяльності підприємств агробізнесу в Україні.

Література

1. Гурська Л.Л. Залучення іноземних інвестицій як шлях повоєнного відновлення аграрного сектору України, ст. 168-169. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u210/zb_tez_dop_.pdf
2. Економічна правда. Експорт аграрної продукції збільшився за місяць на 15%. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/11/2/706185/>
3. Волощук Ю.О., Волощук В.Р. Активізація інноваційного розвитку агробізнесу. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку агробізнесу: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.
4. Залєвська-Шишак А.Д., Фесун Ю.А. Роль агрохолдингів у впровадженні інновацій в аграрному секторі економіки України. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8540>
5. Шебаніна О.В., Кормишкін Ю.А. Сучасна парадигма інноваційного розвитку аграрного підприємства. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/statti/2019/n103/n103v3r2019/shebanina.pdf>
6. Шебаніна О.В., Купчишина О.А. Державна підтримка інноваційного розвитку аграрного сектору України. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/1017/1/Шебаніна%20О.В.%2c%20Купчишина%20О.А..pdf>
7. Савицький Е.Е. Інноваційні технології в аграрній сфері: сутність, класифікація та українські реалії. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj8nLGCqryCAxUfRvEDHc7zBi8QFnoECAwQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.irbis-nbuv.gov.ua%2Fcgi-bin%2Firis_nbuv%2Fcgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2FE_apk_2014_2_18.pdf&usg=AOvVaw2Z709sYgshcdW8T4M9HCqY&opi=89978449
8. М.М. Дорош-Кізим, О.О. Дадак, Т.С. Гачек. Інновації в аграрному секторі України в контексті розвитку європейської інтеграції. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/235838206.pdf>
9. Савицький Е.Е. Сучасні реалії інноваційного розвитку підприємств агробізнесу в Україні. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/719>

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ

На сучасному етапі економічного розвитку відсутність інтеграції виробництва, особливо в агропромисловому виробництві країни, унеможливорює нормальне функціонування як сільськогосподарських, так й інших причетних до сільського господарства галузей, а в цілому – національної економіки. На сьогодні фермерські господарства відчують труднощі, з одного боку, у використанні землі (через відсутність засобів виробництва), з іншого – у зменшенні виробництва основних видів сільськогосподарської продукції і виникненні проблем із забезпеченням населення продуктами харчування.

Мета - виявлення та аналіз особливостей діяльності суб'єктів господарювання аграрного сектору економіки Черкаської області.

Питання особливостей діяльності суб'єктів аграрного сектору економіки розглядалися в наукових працях вітчизняних вчених, таких як М. Малик, Ю.А. Лупенка, В. Горєвого, В.Збарського, В. Зайця, З. Варналія, Л. Вороніної, О. Гаврилюка присвячено дослідженню функціонування суб'єктів господарювання аграрного сектору України.

Результати дослідження. Агропромисловий комплекс є однією з найбільших і найважливіших галузей економіки області, в якій сформована більшість продовольчих ресурсів і має важливі перспективи розвитку [3]. На сучасному етапі аграрний сектор не може забезпечити достатню зайнятість сільського населення. Обмежені можливості працевлаштування та погіршення соціальної інфраструктури в сільській місцевості та приміській місцевості є основними причинами низького рівня життя і, як наслідок, від'їзду населення, особливо молоді, та загального старіння населення, яке породжує посилює тиск на міста регіону та прискорює занепад традиційних міст. Село стало неперспективним для молоді і фактично зникає, як правило, там проживають літні люди [4].

За структурою економіки Черкаська область індустріально-аграрна. У структурі валової доданої вартості частка промисловості становить 23,9% (з них добувна промисловість – 0,7%), сільського господарства – 21,8%, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автомобілів і мотоциклів, тимчасове розміщення та організація харчування. . 13,3%, транспорт, зберігання, поштова та кур'єрська діяльність, інформація та зв'язок – 8,2%, освіта – 7,5%, державне управління та оборона, обов'язкове соціальне страхування – 5,3%, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – 4,4% [2, 3].

Агропромисловий комплекс і надалі займатиме лідируючі позиції. Проте недостатній розвиток сільськогосподарської інфраструктури, низька інноваційна спроможність господарського комплексу, висока концентрація сільськогосподарських угідь у руках великих землевласників та відсутність контролю за використанням земельних ресурсів, що посилюється відсутністю ефективної заходи щодо подолання корупції. , не дозволить розвитку аграрного комплексу збільшити обсяги та якісний рівень продукції. Частка сільськогосподарського виробництва у ВВП області збережеться на рівні 22-25% [3].

Сільськогосподарське виробництво ведуть 835 агрофірм, які обробляють 65% загальної площі орних земель, 1208 фермерських господарств, які використовують понад 139 тис. га орних земель.

Протягом останніх п'яти років сільське господарство Черкаської області характеризується рентабельністю.

У 2018 році чистий прибуток від усіх видів діяльності сільськогосподарських підприємств становив 698,7 млн. грн., у 2019 році 811,2 млн. грн., у 2020 році 1434,3 млн. грн., у 2021 році – 1798 млн. грн., у 2022 році – 761,2 млн. грн.

На мешканця області припадає 1,6 га сільськогосподарських угідь і 1,1 га ріллі, що на 64% більше середньоукраїнського показника [6].

За останні п'ять років обсяг валової продукції сільського господарства зріс на 3137 млн. грн. і за 2021 рік становлять 14,9 млрд. грн. У структурі близько 39,6% припадає на тваринництво та 60,4% на сільське господарство [6].

Нижче наведено основні точки вразливості аграрного сектору Черкаської області на період з березня 2022 року:

- неможливість проведення польових робіт у зоні конфлікту. На значній частині сільськогосподарських угідь неможливо вести сільськогосподарську діяльність, оскільки вони окуповані, під постійними бомбардуваннями чи заміновані. Для більшого впливу на нашу економіку зловмисник може збільшити та сконцентрувати атаки на сільськогосподарську техніку та поля під час дозрівання та жнив у 2022 році;

- блокувати експорт сільськогосподарської продукції морським транспортом, що впливає на рентабельність національних агровиробників, зменшує експортні доходи, спричиняє глобальну продовольчу інфляцію та ймовірний голод у деяких країнах, може спровокувати нову хвилю глобальних міграцій тощо;

- руйнування інфраструктури виробництва, переробки та зберігання сільськогосподарської та харчової продукції. Об'єктами ураження ворога є не лише військові об'єкти, а й зерносховища, продовольчі склади, матеріально-технічна інфраструктура та сільськогосподарська техніка. Таким чином, агресор прагне унеможливити сільськогосподарське виробництво в Україні; погіршити продовольче забезпечення країни; формують і поширюють серед населення негативні очікування щодо нестачі їжі; розвивати глобальну продовольчу кризу; [5].

- погіршення постачання сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними засобами. Відсутність фінансових ресурсів, неможливість довгострокового планування діяльності внаслідок можливих бойових дій призводять до спрощення процесів сільськогосподарського виробництва, скорочення внесення добрив та засобів захисту рослин, що призводить до зниження врожайності сільськогосподарських культур. сільського господарства та погіршує якість землі. Кризові явища на ринку палива та необхідність відновлення зруйнованої техніки вплинуть на строки збору врожаю сільськогосподарських культур;

- проблеми продовольчого забезпечення окупованого населення та населення, що перебуває на межі бойових дій. Активні бойові дії, постійні обстріли населених пунктів та зміна лінії фронту ускладнюють забезпечення продуктами харчування людей, які з різних причин не змогли залишити місця проживання та в майбутньому потребуватимуть допомоги держави та волонтерів [5].

Слід зазначити, що Черкаська область має значні можливості для трансформації аграрного сектору економіки у високоефективний та експортоздатний сегмент економіки шляхом підвищення економічної активності регіону, підвищення його інвестиційної привабливості, використання новітніх технологій у виробництві, а також доступу до нові ринки збуту, які відкриються перед нами завдяки євроінтеграції [6].

Сприятливі кліматичні умови, велика кількість водних ресурсів, родючі землі Черкаської області, а також географічне розташування в центрі України створюють можливості для реалізації невикористаного сільськогосподарського потенціалу в галузі овочівництва та плодівництва, виробництва м'яса та виробництво екологічно чистих харчових продуктів.

Висновки. Під час структурних перетворень необхідна адаптація працівників цієї галузі до сучасних умов виробництва. Відтворення трудового потенціалу сільського господарства та підвищення рівня кваліфікації є одними з пріоритетних завдань аграрної політики. Таким чином, можна досягти наступного результату, а саме підвищити якість трудових ресурсів у сільській місцевості. Підвищення ефективності навчання та використання трудових ресурсів підприємства сприяє зменшенню втрат робочого часу та забезпеченню його раціонального використання, покращенню режимів праці та відпочинку. Важливими резервами підвищення ефективності навчання та використання трудових ресурсів підприємства є зростання продуктивності праці та підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб підприємства, вдосконалення системи перепідготовки персоналу, а також поліпшення умов праці. Основні передумови цього підходу включають: створення системи матеріального стимулювання; гарантувати підрядникам незалежність у прийнятті рішень і широкі можливості для просування по службі; створення системи навчання персоналу

Отже, агропромисловий комплекс Черкаської області має потенціал для збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської сировини та забезпечення населення високоякісними продуктами харчування.

Література

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. 2'ге вид., доп. і перероблене. Київ: КНЕУ, 2019. 624 с.
2. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Збарський В.К. Функціонування фермерських господарств Черкащини / В.К. Збарський // Бухгалтерія в сільському господарстві. — 2017 с. 14
4. Іванух Р.А., Дусановський С.Л., Білан Є.М. Аграрна економіка і ринок. Тернопіль: "Збруч", 2018. 305 с.
5. Особливості функціонування аграрного сектора економіки України в умовах війни URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/osoblyvosti-funktsionuvannya-ahrarnoho-sektora-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh> (дата звернення: 22.09.2023)
6. Статистичний щорічник Черкаської області за 2022 р. Головне управління статистики у Черкаській області. URL: <https://ck-oda.gov.ua/finansova-zvitnist-subektiv-hospodaryuvannya-derzhavnoho-sektoru-ekonomiky-scho-nalezhat-do-sfery-upravlinnya-cherkaskoji-oblasnoji-derzhavnoji-administratsiji/> (дата звернення: 22.09.2023)

Рева А.В.

*здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійна програма «Бізнес-економіка»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана,*

Старіков О.Ю.

к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва

МОЖЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА НІШЕВИХ ОЛІЙ В УКРАЇНІ

Україна займає провідні позиції в світовому ринку соняшникової олії, має розвинуту галузь зі стабільним зростанням обсягів виробництва. За 2022/23 маркетинговий рік, експорт

рафінованої соняшникової олії з України досягнув позначки у 535 тис. тонн, що на 5% перевищує показники за попередній 2021/22 маркетинговий рік. Даний обсяг експорту став найбільшим за всю історію України, за винятком лише результатів експорту 2019/20 маркетингового року, коли було експортовано 666 тис. тонн.

Такий успіх викликає не лише підвищений інтерес до галузі, але і ставить на порядок денний питання щодо можливостей розвитку виробництва інших видів рослинних олій в Україні. Враховуючи, що галузь має великий потенціал у сфері переробки, але обмежені можливості для подальшого зростання виробництва насіння соняшнику, важливо розглянути нові напрямки подальшого розвитку галузі. У даній роботі досліджено можливості виробництва нішевих рослинних олій в Україні, які часто є високомаржинальними продуктами.

Аналіз літературних джерел, зокрема досліджень Удової Л. та Прокопенко К [1]., Голодної А.В. та інших [3], вказує на перспективи вирощування нішевих культур для розвитку аграрного сектору України. В роботі Вожегової Р.А. та інших дослідників [2] зазначається, що вирощування цих культур може сприяти розширенню економічного потенціалу країни та збільшенню експортних можливостей. Автори також вказують на важливість органічного виробництва, що відображено і в роботі Стецишина П. та інших [4], де також наведено дослідження вирощування багатьох олійних культур.

Нішеві олії - це різновид рослинних олій, що виробляються з нестандартної або рідкісної сировини порівняно з традиційними оліями, такими як соняшникова або оливкова. Цей сегмент рослинної олійної промисловості стає все більш привабливим для споживачів і виробників, оскільки тенденції в харчовій промисловості стимулюють попит на здорові, екзотичні та функціональні продукти. Виробництво нішевих олій відкриває широкі можливості для різних гравців на ринку, роблячи цю галузь привабливою як для великих агрохолдингів, так і для малих підприємств.

Для компаній з великими земельними ресурсами вирощування нішевих олій може стати важливим напрямком для великомасштабного виробництва. Економія від масштабу може забезпечити ефективність і конкурентоспроможність за рахунок зниження витрат на вирощування та переробку.

У той же час, для малих підприємств вирощування нішевих культур, в тому числі високомаржинальних, може бути важливим інструментом для диверсифікації виробництва і створення нових джерел доходу. Невисокі вимоги до обладнання дозволяють підприємцям ефективно використовувати цю можливість.

Серед основних переваги виробництва таких продуктів можна виділити наступні:

- Зростання попиту на здорові продукти. Споживачі все більше віддають перевагу здоровому способу життя, тож олії, які відзначаються високим вмістом корисних мікроелементів та вітамінів, такі як олія з насіння кропу, льону чи моркви, можуть задовольнити попит на продукти здорового харчування.
- Варіативність використання. Нішеві рослинні олії широко використовуються в приготуванні їжі, в косметичній промисловості, як харчові добавки.
- Висока ринкова вартість. Дані продукти часто відрізняються унікальним смаком та поживними властивостями, що робить їх привабливими для споживачів, тож якісні продукти вирізняються високою ринковою вартістю у порівнянні із рослинними оліями масового використання.
- Декомодитизованість і стійкість до конкуренції. Нішеві рослинні олії є унікальними продуктами і тому менш чутливі до загальних ринкових тенденцій коливання цін на

сировинні сільськогосподарські товари, а їх виробники диференціюються серед інших конкурентів, що робить їх стійкими на ринку.

В умовах збройної агресії Російської Федерації, через окупацію частини узбережжя, ракетні обстріли зернової інфраструктури і блокування портів, наша країна має складнощі з масовим експортом аграрної продукції. Тому важливим постає питання виробництва продукції, яка має менші фізичні обсяги з одиниці посівної площі, але високу вартість одиниці продукції та генерує значну додану вартість. І це вагомий аргумент на користь виробництва нішевих рослинних олій.

Розглянемо ринок кропової олії. Згідно з прогнозами, світовий ринок такої олії зростатиме протягом наступного десятиліття з середньорічним темпом приросту на рівні 4,2%, перейшовши від 709 млн доларів США у 2022 році до 1057,6 млн доларів США у 2032 році. Якщо порівнювати показники попередніх років, то обсяги ринку кропової олії у 2017 становили 581,6 млн доларів США, а в 2021 році досягли 675,2 млн доларів США, демонструючи стабільні темпи зростання на рівні 3,8 %. Це свідчить про те, що даний сегмент ринку постійно розвивається.

При виробництві кропу, середні витрати насіння для посіву становлять 12 кілограмів на гектар, а очікувана врожайність складає близько 700 кілограмів насіння з гектара. Вихід олії складає близько 10% від загального обсягу врожаю.

Розробивши та оцінивши проєкт по виробництву кропу з площею посіву 100 гектарів та подальшою переробкою насіння на олію в Україні, було визначено, що такий проєкт має високі показники ефективності за базового сценарію: чиста теперішня вартість (NPV) більше нуля при ставці дисконту 12,3%, внутрішня норма окупності (IRR) складає 166% річних, індекс ефективності інвестицій (PI) становить 2,49 (табл.1).

Було також проведено аналіз песимістичного та оптимістичного сценаріїв проєкту вирощування та переробки насіння кропу у кропову олію. При цьому, проєкт залишається ефективним навіть за песимістичного сценарію розвитку подій (табл.1). Показники ефективності проєкту в залежності від різних сценаріїв характеризуються коротким періодом окупності (від 0,79 до 2 років для простого періоду окупності), NPV залишається позитивною, IRR є дуже високою і коливається в межах 101-255% річних, що разом також вказує на невисокий рівень ризиків проєкту.

Таблиця 1 – Показники ефективності проєкту з виробництва кропової олії в розрізі сценаріїв

Показник	Песимістичний	Базовий	Оптимістичний
Період окупності, років	2,0	1,2	0,79
Дисконтований період окупності, років	3,3	2,1	1,5
Чиста теперішня вартість (NPV), млн.грн.	0,513	12,34	19,69
Внутрішня норма окупності (IRR), %	101%	166%	255%
Модифікована внутрішня норма окупності (MIRR), %	25%	41%	57%
Індекс ефективності (PI), коеф.	1,54	2,49	3,81

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень

Отже, виробництво олій з нішевих культур в Україні не тільки відповідає сучасним тенденціям споживчого ринку, але також є надзвичайно перспективним бізнесом. Значне зростання попиту на здорові продукти та органічні рішення створює сприятливе середовище для розвитку цієї галузі в Україні. Наша країна, яка займає ключові позиції на світовому ринку рослинних олій, має можливість розширити асортимент продукції та диверсифікувати виробництво, включивши до нього високомаржинальні нішеві рослинні олії. Сприятливий клімат для вирощування таких культур, зростання світового попиту, висока вартість продукції та використання сучасних технологій виробництва обумовлюють великий потенціал для ефективного розвитку цього сектору. Проаналізувавши проєкт виробництва і переробки насіння кропу у кропову олію, можна дійти висновку, що такий проєкт є ефективним навіть за песимістичного сценарію, тобто можна зазначити що він є досить життєздатним.

Література

1. Удова Л. Нішеві культури – нові перспективи для малих суб'єктів господарювання в аграрному секторі. *Економіка і прогнозування*. 2018. № 3. С. 102–117. Режим доступу: <https://doi.org/10.15407/eip2018.03.102>
2. Вожегова Р. А. Нішеві культури – нові можливості агропромислового комплексу України. *Аграрні інновації*. 2022. № 13. С. 181–189. Режим доступу: <https://doi.org/10.32848/agrar.innov.2022.13.27>
3. Голодна А. В. Стан та перспективи вирощування нішевих культур в Україні. *Землеробство та рослинництво: теорія і практика*. 2023. № 1. С. 5–13. Режим доступу: <https://doi.org/10.54651/agri.2023.01.01>
4. Стецишин П. Основи органічного виробництва : навч. посіб. для студ. 2-ге вид. Вінниця : Нова Кн., 2011. 552 с.
5. Dill Oil Market Outlook (2022 to 2023). Market Research & Business Intelligence. Future Market Insights, Inc. Режим доступу: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/dill-oil-market>

Чайка С. О.

*«Економіка агробізнесу та аготрейдинг», 2 курс
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент Сас І. С.*

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В КОНЦЕПЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Ці тези відображають ключові аспекти економічного механізму для забезпечення сталого природокористування в сільських територіях:

- Економічні стимули: Використання економічних механізмів, таких як фіскальні і податкові стимули, спрямовані на підтримку сталого використання природних ресурсів. Це може включати збільшення податкових пільг для сільськогосподарських підприємств, які використовують екологічно чисті технології чи практики.

- Розвиток ринків екологічних товарів: Створення умов для розвитку ринків зелених технологій, продуктів та послуг, що сприяє збалансованому використанню природних ресурсів в сільських територіях.

- Формування системи стандартів і сертифікації: Встановлення стандартів для сталого використання природних ресурсів у сільському господарстві та впровадження механізмів сертифікації, що сприятимуть контролю і стимулюванню збалансованого підходу до природокористування.

- Фінансування й інвестиції: Залучення фінансування для розвитку та впровадження сталих технологій у сільському господарстві. Це може включати державні гранти, кредитування під низькі відсотки для сталих проєктів та розвитку інфраструктури.

- Ефективне управління ресурсами: Впровадження систем управління, що сприятимуть оптимальному використанню ґрунтів, водних ресурсів та біорізноманіття для досягнення збалансованого природокористування.

- Навчання та освіта: Розвиток програм навчання для фермерів та жителів сільських територій стосовно сталого використання природних ресурсів, сприяння використанню новітніх технологій та ефективних практик.

Загострення екологічної ситуації, яке спричинено критичною деформацією взаємовідносин людини з природою, зосередило увагу на необхідності радикального переосмислення цільових пріоритетів подальшого розвитку суспільства. Саме тому концепція сталого розвитку, що об'єднує три базові частини, включаючи економічну, соціальну й екологічну складові, логічно потребує динамічного визначення ключової ланки, впливаючи на яку можливо активізувати процеси самоорганізації господарських систем. Сьогодні такою ланкою стає саме інноваційний економічний механізм, тому що наріжною проблемою України є впорядкування різноспрямованих інтересів влади, бізнесу та громади. У свою чергу, це потребує пошуку методів гармонізації відносин між суб'єктами господарювання. Спираючись на європейський досвід, це можливо тільки за умов децентралізації системи управління з акцентом на низовий територіальний рівень. Особливе значення такий підхід має для сільських територій, де антропогенна діяльність безпосередньо впливає на навколишнє природне середовище, значною мірою послаблюючи його здатність до відтворення, а відтак – не тільки економічну складову сталого розвитку, а й соціальну як джерело культурологічного національного відродження. Враховуючи інтеграційні процеси, що відбуваються в Україні, набуває особливої актуальності завдання адаптації національного досвіду обґрунтування сталого розвитку до стандартів Євросоюзу. На цьому шляху суттєвим фактором є саме визначення способів методологічного поєднання засобів ефективного еколого-економічного забезпечення простору життєдіяльності із сучасними тенденціями організації сільськогосподарського виробництва та методами децентралізованого управління територіями в цілому. Центральним питанням обґрунтування теоретичних засад формування економічних механізмів сталого розвитку сільських територій визначено цілісне функціонування соціо-еколого-економічної системи, у межах якої відбувається впорядкування складних процесів взаємодії суб'єктів господарювання, тобто принципи комплексності, адаптованості та збалансованості.

Сталий розвиток сільських територій є особливим об'єктом впливу економічних механізмів, який орієнтує на: стабільне відтворення сільського населення; упорядкування інфраструктурного забезпечення території; створення гідних соціальних та екологічних умов життєдіяльності; забезпечення зайнятості сільського населення; підвищення середнього рівня доходів; збереження та розвиток культури і традицій; раціональне використання природних ресурсів у господарському просторі. Розглядаючи децентралізацію як процес розширення прав та повноважень адміністративно-територіальних одиниць, слід звернути увагу саме на

зміцненні їх фінансового забезпечення з метою реалізації регіональних і місцевих інтересів на засадах сталого розвитку. В цьому контексті розширюються сутнісні ознаки та основні види сучасної децентралізації. Зокрема, питання реалізації зростання обсягу наявних фінансових активів територіальних громад пов'язується із розширенням загального спектру автономії їх функціональних дій. Це стосується передусім можливостей впливу на процеси формування людського, соціального, природного, виробничого і фінансового капіталів, а також умов функціонування ринків, інститутів регулювання, бізнесу, підвищення громадської активності тощо. Врахування різноманітності регіональних особливостей господарювання сприятиме підвищенню сталості розвитку всієї держави. Такий підхід передбачає орієнтацію на традиційні основи. У рамках визначеного концепту децентралізованого сталого розвитку сільських територій розширюється структурний склад інструментів економічного механізму збалансованого природокористування, згідно з яким до традиційного комплексу організаційних та нормативно-правових складових на адаптивних засадах включається фінансова група інструментів. Це сприятиме фінансовому забезпеченню екологічної компоненти та охоплює процеси оподаткування, кредитування, субсидювання, страхування і ціноутворення. Наявність соціальних і екологічних складових у сільськогосподарському виробництві формує додаткові істотно важливі елементи економічного механізму збалансованого природокористування в рамках багатофункціонального розвитку. В сучасних умовах трансформації економіки розроблення такого механізму необхідно здійснювати на основі принципу максимального обліку синергетичного впливу всіх базових чинників.

Виходячи з цієї позиції, концептуальна схема економічного механізму формування збалансованого природокористування в концепції забезпечення сталого розвитку сільських територій, вимагає виокремлення додаткового блоку організаційно-методологічного забезпечення, який спрямовуватиме дії щодо ефективного функціонування господарюючих суб'єктів на подолання негативних тенденцій в аграрній економіці за рахунок використання систематизованого економічного механізму. Важливим інструментом державного забезпечення збалансованого природокористування на засадах розвитку об'єднаних територіальних громад є вдосконалення бюджетної політики. Серед напрямів покращення існуючої методології бюджетування особливої уваги потребує шлях установа чіткого взаємозв'язку між витраченими ресурсами та отриманими результатами щодо задоволення інтересів громади. Очевидною є необхідність упровадження методів бюджетування, орієнтованих на соціально значущий результат та використання програмно-цільового методу, що сприяє розробленню та прийняттю адекватних рішень стосовно забезпечення сталого розвитку сільських територій об'єднаних територіальних громад.

Висновки. Екологічна ситуація в Україні вимагає радикальних змін у співпраці людини з природою. Концепція сталого розвитку, об'єднуючи економічні, соціальні та екологічні аспекти, потребує активного впливу на інноваційні економічні механізми. Децентралізація управління, особливо на сільських територіях, важлива для гармонізації інтересів між владою, бізнесом та громадою. Адаптація українського досвіду до стандартів Євросоюзу стає актуальною. Важливо збалансувати економічні механізми для сталого розвитку сільських територій, звертаючи увагу на стабільне відтворення населення, інфраструктуру, соціальні та екологічні умови, зайнятість, рівень доходів, культуру та природні ресурси. Розглядаючи децентралізацію як засіб розширення прав територіальних громад, важливе зміцнення їх фінансового забезпечення для реалізації інтересів у межах сталого розвитку.

Література

1. Сталый розвиток: світоглядна ідеологія майбутнього : [монографія] / [Хвесик М.А., Бистряков І.К., Левковська Л.В., Пилипів В.В.]; за ред. акад. НААН України М.А. Хвесика. К. : Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 465 с.
2. Стегней М.І. Сталый розвиток сільських територій в умовах децентралізації: від теорії до практики : [монографія] / М.І. Стегней. Миколаїв : ФОП Швець В.Д., 2014. 484 с. 3. Стегней М.І. Екологічні пріоритети розвитку сільських територій. Економіка та держава. 2015. № 1. С. 17–21.

Шмаль А.С.

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма «Економіка агробізнесу та агротрейдинг»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана,*

Старіков О.Ю.

к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва

ПОШИРЕННЯ ДОСВІДУ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОБІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації суттєво вплинуло на здійснення логістичної діяльності в агробізнесі та визначило актуальні завдання подальшого розвитку для забезпечення стабільності її функціонування. Проблема розвитку логістичної діяльності агробізнесу була актуальною в Україні і раніше, але ще більш актуальною стала через війну з лютого 2022 році та потребує ефективних рішень для створення нових та оптимізації існуючих аграрних логістичних маршрутів, швидкого впровадження нових підходів. Це є питання стратегічної безпеки України. Метою дослідження є аналіз особливостей та шляхів підвищення результативності логістичної діяльності в агробізнесі на основі досвіду одного з лідерів галузі.

Аналіз досліджень інших авторів дозволяє зробити висновок, що внаслідок вторгнення Російської Федерації в Україну відбулися руйнування виробничих потужностей в агробізнесі, порушення логістичних процесів (в першу чергу, портів), відсутність ресурсів для сільськогосподарського виробництва та нестачу робочої сили через міграцію населення. Так, Негрей М.В. і Трофімцева О.В. зазначають, що окупація українських територій, бойові дії та обстріли призвели до руйнування виробничих потужностей і інфраструктури, блокування шляхів експорту сільськогосподарської продукції, руйнування транспортної інфраструктури, розриву або порушення логістичних ланцюгів, нестачі ресурсів для сільськогосподарського виробництва, крадіжок української сільськогосподарської техніки та продукції [1, с. 52]. Інші автори також вказують на першочерговість проблем у сфері логістики, зокрема через блокування українських портів, складів, зерносховищ; проблеми експорту української продукції; складність чи неможливість руху транспорту в зоні бойових дій; порушення ланцюгів поставок; заборону пересування у комендантську годину [2, с. 376].

В умовах війни в Україні показники ефективності традиційної логістики можуть бути недостатніми для адекватної оцінки ситуації. Основними факторами, які впливають на функціонування логістичної системи в умовах війни, є пошкодження транспортної інфраструктури, ризик нападів на транспортні засоби і термінали, зміна торговельних

маршрутів та нестабільність постачань. У зв'язку з цим потрібен постійний моніторинг і швидка зміна логістичних процесів. Важливим є також налагодження ефективного співробітництва з міжнародними партнерами та донорами.

В Україні ефективність логістики агробізнесу має вимірюватися не лише показниками прибутковості, але й спроможністю адаптуватися до надзвичайних ситуацій, забезпечувати стабільність діяльності та відповідати на виклики часу. Для аграрного сектору характерна необхідність у швидкому та ефективному перевезенні врожаю від виробника до споживача. Але також є потреба вдосконалення транспортної інфраструктури, вибору оптимальних маршрутів та впровадження ефективних технологій управління транспортними засобами, швидкої реакції на зміни у маршрутах та запитах клієнтів, змінах стану і наявності товарів. В умовах бойових дій та обстрілів Російською Федерацією неокупованих територій це надзвичайно важливо.

Дослідження ТОВ «Адама Україна» показало можливість пошуку шляхів покращення результативності логістичної діяльності в агробізнесі України. Компанія здійснює діяльність під глобальним брендом «ADAMA» і є членом групи компаній «Сингента» (Syngenta Group), найбільшої компанії у світі, що забезпечує аграрну галузь засобами захисту рослин і насінням. ADAMA має понад 70 років досвіду, її діяльність почалася з двох ізраїльських компаній із захисту рослин: Makhteshim та Agan, що були засновані в 1952 та 1945 роках відповідно. ADAMA Agricultural Solutions – світовий лідер з виробництва та постачання брендових постпатентних засобів захисту рослин та інших продуктів хімічної промисловості. Від самого початку, будучи новатором у своїй галузі, компанія стала світовим лідером та здійснює діяльність приблизно у 100 країнах світу.

В умовах війни ТОВ «Адама Україна» впроваджує нові підходи до здійснення аграрної логістики та підтримки виробників: використання товарних і фінансових аграрних розписок як гарантії виконання зобов'язань за договором поставки, кредитування дрібних виробників зернових та олійних культур шляхом надання товарного кредитування а підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Компанія не зупиняє вдосконалювати свою операційну діяльність у сфері логістики ресурсів для аграрного сектору, так і аграрної продукції. Уже частково впроваджено автоматизацію складських операцій, що призводить до покращення точності інвентаризації, скорочення помилок. Цей поетапний перехід до оптимізації ланцюжка поставок здійснюється плавно, щоб не порушити робочий процес. Повністю реалізовані системи управління ланцюгом поставок (SCM), що передбачає ефективне планування ресурсів, зниження витрат на логістику. Ще триває впровадження GPS-відстеження транспортних засобів, що призведе до оптимізації маршрутів, підвищить швидкість реагування на зміни в графіках доставки та умовах маршруту. У компанії планується впровадження електронного документообігу, що прискорить обробку замовлень та зменшить витрат на паперову документацію, спростить адміністративні процеси та підвищить гнучкість компанії в обслуговуванні клієнтів. Впровадження технології Інтернету речей (IoT) у логістиці знаходиться на ранній стадії дослідження в компанії, і це може суттєво змінити моніторинг якості товарів і процесу надання послуг у реальному часі [3; 4].

ТОВ «Адама Україна» використовує набір показників для оцінки результативності своєї логістичної діяльності, зокрема, загальні логістичні витрати, витрати на транспортування, витрати на зберігання, циклічність постачання, точність поставок, середній час доставки, відсоток повернення товарів, рівень сервісу клієнтів. Компанія оцінює як фактичні, так і цільові рівні цих показників, проводить аналіз відхилень.

Використання досвіду такої міжнародної компанії може дозволити швидко покращити

результативність сектору аграрної логістики в Україні, що вкрай важливо в сучасних умовах. ТОВ «Адама Україна», як велике і впливове підприємство в агросекторі, намагається вплинути на впровадження передового досвіду та результативність логістики України через реалізацію низки стратегічних та тактичних заходів. ТОВ «Адама Україна» планує ініціювати співпрацю з іншими гравцями ринку для створення спільних логістичних центрів або консолідації вантажопотоків. Такий підхід дозволить оптимізувати маршрути доставки, знизити витрати та збільшити швидкість реагування на зміни на ринку. По-третє, компанія може взяти на себе роль лідера у розробці стандартів та норм для логістичної діяльності в агросекторі. Встановлення високих стандартів якості та безпеки перевезень може підвищити довіру до української продукції на зовнішніх ринках.

Перелічені заходи спрямовані на те, щоб зробити логістичну діяльність в агробізнесі України більш ефективною, гнучкою та відповідною до умов війни. Це не тільки дозволить здійснювати перевезення аграрної продукції та ресурсів для її виробництва, а й забезпечить збереження якості товарів на всіх етапах логістичного ланцюга, підвищить конкурентоспроможність української продукції на зовнішніх ринках, стане стимулом для подальшого розвитку всієї галузі. Необхідно системно впроваджувати передовий досвід для досягнення високої результативності логістичної діяльності в агробізнес, гнучкості і оперативності у реагуванні на змінні умови.

Література

1. Негрей М.В., Трофімцева О.В. Аналіз функціонування аграрного сектору України в умовах війни. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економічна». 2022. № 102. С. 49-56. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/20374/19887>
2. Старіков О. Підтримка аграрного підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку : зб. матеріалів VII Всеукр. наук.-практ. конф., 30 трав. 2022 р. / М-во освіти і науки України, М-во фінансів України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.]. Київ : КНЕУ, 2022. С. 375–379.
3. Управлінський та фінансовий звіт за 2021 рік ТОВ «Адама Україна» - URL: <https://www.adama.com/ukraine/ua/about/finansova-zvitnist-2021>
4. Сервіси ТОВ «Адама Україна» - URL: <https://www.adama.com/ukraine/ua/services>

Якимчук В.Ю.

*1 курс, спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
аспірант кафедри «Бізнес-економіки та підприємництва»
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к.е.н., доцент Чухраєва Н.М.*

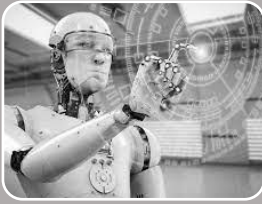
ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕПЛИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ

На сьогодні існує чіткий поштовх розвитку тепличних господарств у всьому світі. Постійне зростання чисельності населення землі (у 1950 р. – населення землі складало 2,5 млрд осіб, а вже у 2017 р. – 7,6 млрд осіб, за прогнозом ООН до 2100 року населення складатиме 11 млрд осіб) змушує вирішувати проблему створення додаткових обсягів їжі, а саме збільшення на 45% від сьогоденного обсягу[9]. Зменшення територій придатних для вирощування агропродукції через втому ґрунтів (ООН прогнозує суттєву втрату врожайності ґрунтів через

60 років) породжує потребу інтенсифікації вирощування на площах, що залишились [1]. З ростом достатку і обізнаності серед населення землі чітко встановлюється тренд на здорове харчування, вагомою частиною якого є свіжі, термічно необроблені овочі та фрукти. В цих умовах ринок світового тепличного господарства стрімко зростає, зокрема у 2019 р. в порівнянні з 1980 р. збільшення на 331%, і Україна, яка є одним із ключових гравців світового ринку агропродукції за культурами, що вирощуються на відкритому ґрунті, має зайняти належне їй місце на ринку закритого ґрунту, а саме тепличного господарства [8]. Сьогодні національне тепличне господарство має низький рівень конкурентоспроможності, оскільки відповідний ринок демонструє тенденції до зростання вартості енергоресурсів, недостатнього впровадження інновацій, зростання вартості логістики, зменшення внутрішнього попиту, майже відсутнього розвитку експорту та зменшення обсягу внутрішнього збуту через конкуренцію з імпортом. Всі ці обставини впливають на зменшення обсягів вирощування і, як наслідок, збільшення собівартості продукції через не повне використання ресурсної бази.

Сучасна теорія конкурентоспроможності підприємства базується на працях вітчизняних вчених, таких як І. Г. Кадирус, Кошельок Г.В., Пахуча Е. В., Драган О.І., С.Ф. Покропивний, О.Г. Янковий, Мануйлович Ю.М., Чумак Л.Ф., Ільяшенко В.А., Хамініч С.Ю., Воронкова А.Е та інших. В той же час дослідженнями конкурентоспроможності та інновацій тепличних господарств на світовому ринку займаються переважно закордонні вчені, серед них варто відмітити Кавгу А., Томопулоса В., Barouchas P, Стефанакіса Н, Гоша А, Ліопа-Цакаліді А. та інших.

Якщо розглядати загальне поняття конкурентоспроможності підприємства, то воно визначається здатністю та ефективністю адаптації підприємства до конкурентного середовища. Серед характеристик конкурентоспроможності підприємства можна відзначити: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність. Дотримання цих властивостей є обов'язковою умовою для проведення аналітичних досліджень та ключовим чинником досягнення цілей підприємства. Проведення аналізу впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства дозволяє: знизити ступінь невизначеності та ризику в процесі виробничо-збутової діяльності підприємства; покращити якість стратегічного планування та прогнозування виробничо-збутової діяльності; підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству [2]. Іноземні науковці, що досліджують конкурентоспроможність саме тепличного господарства, акцентують увагу на інформаційній обізнаності тепличних господарств, як одному із основних факторів визначного впливу на забезпечення конкурентоспроможності, адже галузь має інноваційну спрямованість і її успішний розвиток на світовому ринку залежить від доступності і швидкості впровадження інновацій [3]. Забезпечення конкурентоспроможності тепличних господарств України на світовому ринку є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу та врахування різних аспектів. Аналізуючи фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, виділимо кілька ключових напрямків, які можуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності тепличного сектору в Україні (рис. 1):



Впровадження сучасних технологій:

- Застосування передових тепличних технологій, таких як автоматизація, моніторинг та системи управління кліматом, може збільшити врожайність і якість продукції
- Використання енергоефективних рішень, таких як сонячні батареї та теплові насоси, сприяє зниженню витрат на енергію.



Розширення асортименту продукції:

- Диверсифікація виробництва, включаючи різноманітні види овочів, фруктів та зелені, може дозволити тепличним господарствам адаптуватися до змін в попиті споживачів



Якість та сертифікація

- Забезпечення високої якості продукції та відповідність стандартам безпеки харчових продуктів дозволяє здобувати довіру споживачів та отримувати міжнародні сертифікати якості.



Розвиток експортних ринків:

- Активна участь в міжнародних виставках та ярмарках дозволяє представити продукцію на світовому ринку та знайти нових партнерів.
- Встановлення ефективних механізмів експорту та співпраці з зарубіжними дистриб'юторами може сприяти розширенню експортних можливостей.



Освіта та підготовка фахівців:

- Розвиток системи навчання та підготовки фахівців у сфері тепличного господарства дозволяє впроваджувати нові технології та підвищувати ефективність виробництва.



Підтримка держави та інвестиційний клімат:

- Розробка сприятливого інвестиційного клімату та надання фінансової, освітньої, законодавчої підтримки тепличним господарствам може стимулювати розвиток галузі.
- Удосконалення законодавства та стандартів, пов'язаних з виробництвом та експортом, сприяє забезпеченню відповідності міжнародним вимогам

Рис1. Напрямки підвищення конкурентоспроможності тепличного сектору в Україні.

Джерело: систематизовано та складено автором на основі [4] та [5]

Конкурентоспроможність національного тепличного господарства, на сьогодні, вкрай низька. Окупація, зростання цін на енергоресурси, еміграція та, як наслідок, відтік споживачів, конкурування з дешевшим імпортом, відсутність масштабної експортної експансії та достатньої підтримки галузі з боку держави з початку повномасштабного вторгнення росії в Україну стали причинами припинення роботи близько 35% тепличних господарств [6]. На зараз, український досвід тепличного господарства – це розміщення теплиць на околицях великих міст із доставкою готових виробів до найближчих великих населених пунктів. Досвід Нідерландів як найбільшого експортера свіжих овочів і фруктів до країн Євросоюзу показує,

що країна, створюючи готовий продукт з великою доданою вартістю, забезпечує його швидку логістику по всій Європі. До відома, сумарна площа скляних теплиць України складає 280 га проти 6 тис. га у Нідерландах [7]. Тому можна стверджувати, що розвиток тепличних господарств в Україні знаходиться на початковому етапі і забезпечення сприятливого клімату для його розвитку створюватиме умови для формування конкурентоспроможності галузі на світовому ринку.

Окрім того війна росії проти України кардинально змінила геополітику. У найближчому майбутньому Україна стане повноцінним членом Євросоюзу. Це відкриє перед тепличними господарствами України ряд можливостей, щодо розширення ринків збуту, але приведе за собою виклики посилення конкуренції та необхідність дотримання вимог та відповідності законам ЄС, які регламентують діяльність тепличних господарств. Також Україна має вивчити досвід інтеграції інших країн-учасників ЄС, у частині захисту та підтримки вітчизняного виробника агропродукції, як основу економіки країни та зростання її загальної конкурентоспроможності. Ці питання потребують додаткового вивчення бо прямо впливають на конкурентоспроможність тепличного господарства України на світовому ринку. Розвинене конкурентне тепличне господарство може вирішити ряд соціальних та економічних проблем держави, зокрема: зростання ВВП, зростання валютної виручки та стабілізація платіжного балансу, збільшення зайнятості населення, зростання обсягу податків, раціональне використання земель та ресурсів. Державні програми розвитку конкурентних національних тепличних господарств на світовому ринку вже починають впроваджуватись, проте очевидно, що вони мають охоплювати не тільки забезпечення грантовим коштами, а й працювати над усіма ключовими напрямками розвитку відповідного сектору економіки, адже на розвиненому ринку успіх може бути досягнуто лише за умови їх синергії.

Література

1. High-Tech Greenhouses Could Be The Future Of Agriculture. URL: <https://www.forbes.com/sites/jordanstrickler/2020/08/28/high-tech-greenhouses-could-be-the-future-of-agriculture/?sh=195a0d12380f>.
2. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5.
3. Research on Innovative Training on Smart Greenhouse Technologies for Economic and Environmental Sustainability URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/19/10536>
4. Кошельок Г.В, Царьов О.С. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/213.pdf>
5. Пахуча Е. В., Бабика В. О. Державна підтримка конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Економіка та держава*. 2022. № 3. С. 53–58. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.3.53
6. В тепличному бізнесі зараз вигідно робити ставку на малі господарства. URL: <https://uspp.ua/inicijativi/position/kopyia-v-teplychnomu-biznesi-zaraz-vyhidno-robyty-stavku-na-mali-hospodarstva>
7. Втрата гектарів: теплична галузь потребує інновацій. URL: <http://www.agroprofi.com.ua/statti/1706-vtrata-hektariv-teplychna-haluz-potrebuye-innovatsiy>
8. World Greenhouse Vegetable Statistics updated for 2019. URL: <https://www.hortidaily.com/article/9057219/world-greenhouse-vegetable-statistics-updated-for-2019>
9. Рослінг Г. «Фактологія. 10 хибних уявлень про світ, і чому все набагато краще, ніж ми думаємо». Наш формат, 2021. 89 с.

СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У БІЗНЕСІ

Модератор секції — *Кузьомко В.М.*, канд. екон. наук, доцент

Грач С.В.
аспірант кафедри бізнес-економіки та підприємництва,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник - к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки
та підприємництва Ковтун В. П.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ З ВИРОБНИЦТВА М'ЯСНИХ ПРОДУКТІВ

Вступ. Забезпечення економічної безпеки м'ясопереробних підприємств є ключовим фактором у сучасних умовах та особливо в повоєнний період. Ця галузь впливає на продовольчу безпеку та економіку країни. Ефективна економічна безпека допомагає підприємствам адаптуватися до змін, підтримувати конкурентоспроможність та розвиватися. Інформаційна безпека грає важливу роль, забезпечуючи доступ до актуальної інформації та захищаючи конфіденційні дані. Збір та аналіз інформації дозволяє ефективно реагувати на ринкові тенденції, а технологічна інформація сприяє інноваціям. Це забезпечує стабільність та розвиток м'ясопереробних підприємств, сприяючи економічній безпеці галузі та національній економіці загалом.

Інформаційне забезпечення відіграє критичну роль у прийнятті рішень, плануванні виробництва, аналізі ринкових тенденцій та взаємодії з партнерами. Розвиток цифрових технологій дозволяє впроваджувати системи моніторингу, аналізу та прогнозування, що покращує стратегічне управління підприємствами.

Важливість економічної безпеки на м'ясопереробних підприємствах відіграє ключову роль у забезпеченні їхньої життєздатності та стійкості у сучасних умовах господарської діяльності. Ця галузь стикається зі специфічними викликами, пов'язаними зі змінами у попиті споживачів, виробництвом та управлінням постачанням сировини. Основна мета економічної безпеки на м'ясопереробних підприємствах полягає в усуненні можливих ризиків та загроз, що можуть вплинути на їхню фінансову стабільність, репутацію та конкурентоспроможність. Важливість економічної безпеки включає ефективне фінансове управління, розробку стратегій управління ризиками, а також вдосконалення бізнес-процесів для забезпечення стабільного та стійкого розвитку підприємств. Економічна безпека допомагає зберегти фінансову стабільність, впливати на ризики та можливості, а також дотримуватися законодавчих та етичних стандартів, що сприяє довгостроковому успіху підприємства [2-3]. Досягнення економічної безпеки допомагає зберегти ресурси, забезпечити ефективне використання капіталу [4].

Важливим елементом довгострокового функціонування м'ясопереробних підприємств є сталий механізм управління економічною безпекою суб'єкта підприємництва.

Даному питанню присвячена значна кількість робіт вітчизняних вчених.

Кіпоренко С.С., Мороз О.В. у своїй статті вони розглянули ключові аспекти механізму забезпечення економічної стійкості сільськогосподарських підприємств, зосередившись на

особливостях його впровадження та впливу на розвиток галузі [1].

В роботі Маркіна, І.А., Большакова Є. Л. розглянуто прийняття управлінських рішень на м'ясопереробних підприємствах із ризиковою стійкістю: концептуальний підхід [2].

Угрімова І. В., Старинець О. Г. у своїй роботі розглянули антикризове управління підприємствами агропродовольчої сфери на прикладі м'ясопереробних підприємств [3].

Механізм у системі забезпечення економічної безпеки підприємства у м'ясопереробній галузі визначається як організована послідовність етапів та процесів, спрямованих на гарантування стабільності фінансового стану та функціонування підприємства у визначених рамках.

Механізм управління економічною безпекою підприємства у м'ясопереробній галузі включає сукупність ключових елементів [1]:

1. Філософія економічної безпеки підприємства, яка визначає основні принципи та цінності, на яких ґрунтується підхід до забезпечення безпеки в економічній сфері.

2. Функції, що реалізують процес управління економічною безпекою, включаючи аналіз ризиків, розробку та впровадження заходів для зменшення ризиків, моніторинг фінансового стану тощо.

3. Ресурсне забезпечення механізму, що включає матеріальні, фінансові та людські ресурси, необхідні для здійснення заходів з підтримання економічної безпеки.

4. Цільова спрямованість, яка охоплює основні організаційні структури та економічні інструменти, що є необхідними для забезпечення стабільного функціонування підприємства та забезпечення його економічної безпеки.

Результати. Таким чином, механізм управління економічною безпекою підприємства у м'ясопереробній галузі включає різноманітні компоненти, що доповнюють один одного та спрямовані на досягнення стійкості та надійності в економічних аспектах діяльності підприємства.

Враховуючи особливості сучасного розвитку підприємств м'ясопереробної галузі слід відмітити, що економічна безпека даних підприємств включає такі елементи як: фінансова безпека, кадрова безпека, технологічна безпека, ресурсна безпека, екологічна безпека. При цьому в умовах діджиталізації економіки, все більшого значення набуває інформаційна складова економічної безпеки м'ясопереробних підприємств.

Інформаційна складова є важливим аспектом економічної безпеки м'ясопереробних підприємств. Вона передбачає систематичний збір, обробку та аналіз релевантної інформації, що дозволяє відстежувати динаміку ринку, конкурентні переваги та внутрішні процеси підприємства. Ефективне забезпечення інформаційної безпеки включає розробку системи кібербезпеки для захисту важливих даних від несанкціонованого доступу, а також створення механізмів контролю за розповсюдженням конфіденційної інформації. Особлива увага приділяється аналізу ризиків, пов'язаних зі зловживанням інформацією, підробкою документів та кібератаками. Інформаційна складова допомагає підприємствам приймати обґрунтовані рішення, а також прогнозувати та уникати можливі загрози економічній безпеці.

Ключові структурні елементи інформаційної складової економічної безпеки м'ясопереробних підприємств визначають функціональну основу для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності:

1. Система збору інформації – охоплює методи збору даних про внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність підприємства. Це включає фінансову, економічну та ринкову інформацію;
2. Система аналізу інформації – враховує розробку методів та моделей для оцінки зібраної

- інформації, виявлення залежностей, ідентифікації ризиків і можливостей;
3. Система захисту інформації – організація заходів щодо кібербезпеки, шифрування та обмеження доступу до конфіденційних даних для запобігання несанкціонованого доступу;
 4. Система управління інформацією – включає створення структури даних, їх зберігання та обробку для раціонального прийняття рішень;
 5. Система реагування на загрози – розробка планів дій для виявлення та ліквідації загроз інформаційній безпеці;
 6. Система навчання та підвищення кваліфікації – забезпечення персоналу необхідними знаннями і навичками з охорони інформації.

Взаємодія цих елементів забезпечує необхідний рівень інформаційної безпеки на м'ясопереробних підприємствах, забезпечуючи стабільний розвиток та захист від потенційних загроз.

Забезпечення адекватного рівня інформаційної безпеки на м'ясопереробних підприємствах має вирішальне значення для їхньої загальної економічної процвітання. Це впливає на різні аспекти функціонування підприємств та в масштабах галузі в цілому.

Крім того, відповідний рівень інформаційної безпеки забезпечує надійність управлінських рішень, сприяє ефективному аналізу ринкової кон'юнктури та тенденцій, що дозволяє прогнозувати зміни та адаптувати стратегії розвитку.

Узагальнюючи, адекватна інформаційна безпека на м'ясопереробних підприємствах впливає на їхню стійкість, конкурентоспроможність та внесок у загальну економічну динаміку галузі, забезпечуючи стабільну перспективу як окремих підприємств, так і всього сектору м'ясопереробної індустрії.

Високий рівень інформаційної безпеки м'ясопереробних підприємств відіграє роль у забезпеченні стійкості їхньої фінансової позиції. Це включає у себе запобігання можливим крадіжкам інтелектуальної власності, фінансовим шахрайством та кібератакам, які можуть призвести до непередбачених витрат.

Завдяки ефективній інформаційній безпеці, м'ясопереробні підприємства здатні забезпечувати безперебійну виробничу діяльність, що впливає на обсяги продукції та доходи. Це сприяє стабільності економічних показників і споживчої довіри до продукції підприємств.

Таким чином, інформаційна безпека відображається на економічному благополуччі м'ясопереробних підприємств через підтримання надійності операцій, збереження активів та забезпечення відповідності стандартам безпеки, сприяючи зростанню та сталому розвитку галузі.

Висновки. Як підсумок даної науково-дослідної роботи можна зробити наступні висновки:

1. Механізми забезпечення економічної безпеки м'ясопереробних підприємств включають в себе стратегічне планування, ризик-менеджмент, фінансовий контроль, оптимізацію виробничих процесів та ресурсів. Це передбачає аналіз ринкової кон'юнктури, розробку адаптивних стратегій, ефективне управління фінансами, забезпечення якості та безпеки продукції. Механізми також включають планування розвитку, інновації та вдосконалення управлінської діяльності, що сприяє стабільності та успішності підприємств у вимогливому ринковому середовищі.

2. Роль інформаційної складової у забезпеченні економічної безпеки м'ясопереробних підприємств є вагомою. Ця складова включає систематичний процес збору, обробки та аналізу актуальної інформації, яка дозволяє здійснювати моніторинг змін на ринку, виявляти

конкурентні переваги та внутрішні процеси підприємства. Для забезпечення ефективності інформаційної безпеки, важливо розробити систему кібербезпеки, що захищатиме важливі дані від несанкціонованого доступу. Крім того, доцільно встановити механізми контролю поширення конфіденційної інформації. Такий підхід допомагає забезпечити надійний захист даних, зберегти довіру клієнтів та забезпечити стабільний розвиток м'ясопереробних підприємств.

Література

1. Кіпоренко, С. С., Мороз, О. В. Механізм економічної безпеки підприємств АПК. Агросвіт. URL <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3018&i=14> (дата звернення: 08.11.2023).
2. Маркіна, І. А., Большакова, Є. Л. Прийняття управлінських рішень на м'ясопереробних підприємствах із ризиковою стійкістю: концептуальний підхід. URL http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/6.pdf (дата звернення: 08.11.2023).
3. Угрімова І. В., Старинець О. Г. Антикризове управління підприємствами агропродовольчої сфери на прикладі м'ясопереробних підприємств. URL http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/apie_2019_r02_a05.pdf (дата звернення: 08.11.2023).
4. Тульчинська, С.О., Солосіч, О.С., Чорній, В.В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. URL http://www.investplan.com.ua/pdf/9_2021/10.pdf (дата звернення: 08.11.2023).

Лідіна Ю.О.

«Бізнес-економіка», 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент Терентьєва О. В.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Вступ. Головна мета безпеки економіки України полягає у забезпеченні ефективного розвитку та функціонування його основної ланки економіки – сектору бізнесу. Саме підприємницький сектор проявляє ключовий важливий вплив на низку компонентів стабільного розвитку державної економіки держави та забезпечують її економічну стійкість. На сьогоднішній день, Україна переживає глибоку соціально-економічну кризу, спровоковану російською агресією, тож існує системна економічна нестабільність та велика кількість реальних та потенційних загроз для економічної безпеки, що ускладнює діяльність підприємств [1, с. 3]. Прогнозування чи оцінка економічної стійкості підприємства в умовах воєнного стану є вельми складним завданням. Це обумовлено тим, що сам факт війни породжує форс-мажорні обставини, які можуть призвести не лише до зменшення активної діяльності підприємства, але й до його можливої повної зупинки чи навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів. В умовах подолання кризових наслідків особливо позначається відсутність адекватної організаційної та інформаційної бази що забезпечує економічну стійкість українських підприємств [2].

Метою дослідження є розкриття сутності розуміння економічної стійкості підприємства, видів, складових частин, методів оцінювання економічної стійкості, а також шляхи забезпечення економічної стійкості для підприємств.

Розгляду означеної проблематики присвятили свої роботи Анохін С. Н., Цямрюк Ю.С.,

Сітак І.Л., Івахненко А.В., Ареф'єва О.В., Шандова Н.В., Бараненко С.П., Великий Ю.М., Войтко С.В. та інші. Щодо дослідників КНЕУ то це Коцюба О.С., Люшенко О., Земцова К.А., Островська О.А., Поддєрьогін А.М. та інші. Наразі, в галузі дослідження впливу економічної стійкості на результативність підприємства, фахова література відображає значне розмаїття підходів та точок зору. Українські провідні експерти у сфері економіки та управління, зійшлися на думці, що стійкість підприємства полягає в його здатності адаптуватися до змін зовнішніх і внутрішніх факторів і протистояти цим змінам, забезпечуючи стабільний розвиток підприємства у відповідності з поставленими цілями. [3, с. 27]

Виходячи із різноманіття проблем, що вирішуються у рамках зміцнення і збереження економічної стійкості підприємств, її можна визначити, застосувавши комплексну систему підсистем, виділивши її структурні складові: внутрішня, зовнішня і “успадкована”. Кожна з них є складною системою, що має власні параметричні оцінки. Адже будь-який імпульс із зовнішнього середовища може різко змінити стійкість однієї системи жодним чином не торкнувшись іншої. [4, с. 12].

Результати. Основною характеристикою економічної стійкості підприємства виступають результати фінансово-господарської діяльності, що представляють собою загальну характеристику поточного фінансового стану підприємства та дають можливість здійснити оцінку стабільності та ефективності роботи підприємства. Загалом, забезпечення стратегічної стійкості підприємства вимагає вирішення численних складних завдань таких як: моніторинг фінансово-господарської діяльності, адаптацію до зовнішніх і внутрішніх змін, стратегічне планування та ефективне управління ресурсами.

Однією з проблем оцінки стратегічної стійкості є недостатня методична підтримка та відсутність якісного інструментарію для вибору управлінських рішень у нестабільному ринковому середовищі. Різноманітні методики базуються на визначенні конкретних показників стійкості підприємства. Вчені, визначають складові стійкості та пропонують перелік показників, які на їхню думку належним чином характеризують діяльність підприємства, або пропонують власний перелік показників, що найбільш повно характеризує діяльність підприємства тієї чи іншої галузі. Правильне складання методики визначення стратегічної стійкості є ключовим аспектом оцінки цього показника. Методика включає в себе набір способів, правил і методів для ефективного виконання цієї роботи. [5, с. 45]

На практиці економічна стійкість реалізується через закріплення позитивних результатів виведення підприємства зі стану фінансової кризи та стабілізації якісних структурних перетворень його господарської діяльності з урахуванням її довгострокової перспективи. Ефективність заходів щодо подолання негативних наслідків кризових явищ оцінюється за критерієм мінімізації втрат ринкової вартості підприємства у порівнянні з докризовим її рівнем.

Динамізм, низька передбачуваність і нестабільність зовнішнього середовища змушують підприємство приймати управлінські рішення на якісно новому рівні, щоб підвищити головні адаптивні властивості внутрішнього середовища. Основними вимогами для здійснення забезпечення економічної стійкості підприємства є необхідність постійного моніторингу забезпечення ефективності діяльності підприємств, пошук можливостей реагування на швидкі зміни внутрішнього та зовнішнього середовища та формування стратегії діяльності, реалізація якої відбувається через перерозподілу ресурсів. Саме тому необхідно розглядати вищевказані характеристики як основу для формування механізму забезпечення економічної стабільності підприємства та розвитку системи стабільності за різними ознаками. Такий аналіз категорії стійкості в поєднанні з реалізацією процесів трансформації дасть можливість визначити

управління стійкістю так, щоб відповідний рівень якості внутрішньої організації змінювався за вимогами змін середовища для створення умов прийняття керівником ефективних управлінських рішень і визначення шляхів та засобів здійснення змін.

Висновки. Отже, в умовах непередбачуваної зовнішньої ситуації стає надзвичайно важливим вирішування проблем, пов'язаних з економічною стабільністю та гнучкістю підприємств. Економічна стійкість є однією з головних умов забезпечення та підтримання сталого та стабільного розвитку підприємств, їх конкурентоспроможних позицій на ринку. Саме економічна стійкість підприємства характеризує ефективність операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, містить необхідну інформацію для інвесторів та кредиторів, а також відображає здатність підприємств відповідати за своїми зобов'язаннями.

Забезпечення економічної стійкості підприємства вимагає розробки механізму, який включає комплексні рішення щодо впливу внутрішнього та зовнішнього середовища, яке впливає на підприємство та призводить до втрати стійкості. Такий механізм повинен бути процесом послідовних дій для досягнення належного рівня стійкості підприємств, з одного боку, і як системи взаємозалежних елементів, з іншого боку, які взаємодіють для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Література

1. Юрчишин В. Стан економіки та перспективи її відновлення у 2023 р.: аналітична доповідь, 2023. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2023/05/18/2023-MATRA-I-KVARTAL-8.pdf>
2. Костенко Ю. О., Короленко О. Б., Гузь М. М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стан. *Економіка та суспільство*, 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1758/1694>
3. Сітак І., Івахненко А. Особливості управління економічною стійкістю в системі менеджменту підприємства: журнал Вісник. Харків: ХПІ, 2022. № 3. С. 21–28.
4. Швиданенко Г.О., Олексюк О.І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. Київ: КНЕУ, 2002. 192 с.
5. Новицька С.С. Економічна стійкість підприємства зв'язку: конспект лекцій з дисципліни «Економічна стійкість підприємства зв'язку» для студентів спеціальності 8.03050401 «Економіка підприємства» (за видами економічної діяльності) денної і заочної форм навчання. Одеса: ОНАЗ, 2015. 72 с.

Приваренко Д. А.
«Економіка підприємства», 4 курс
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к. е. н., доцент кафедри
бізнес-економіки та підприємництва Терентьєва О.В.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНЮВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Останні роки були досить складними для економічного розвитку підприємницького сектору – пандемія Covid-19 та повномасштабне вторгнення рф до України мали значний негативний вплив на функціонування як підприємств, так і держав в цілому. Всі ці явища негативно вплинули на підприємницький сектор, який є однією з основних ланок будь-якої економіки. В складних економічних умовах функціонування, внаслідок впливу як зовнішніх та і внутрішніх факторів, підприємства страждають від зростаючої конкуренції. Для того, щоб мати змогу уникнути негативного впливу зазначених явищ, бізнес-сектор повинен мати високий рівень економічної стійкості. Саме за допомогою економічної стійкості підприємства

отримують свого роду незалежність від ринкових змін та мають можливість попередити такі явища, як збитковість та банкрутство.

Важливість економічної стійкості проявляється у багатьох факторах, зокрема саме вона виступає одним з основних показників, який дає розуміння стану підприємства. Оцінювання економічної стійкості забезпечує вчасне виявлення загроз діяльності підприємства та допомагає віднайти ефективні інструменти для їх подолання.

Економічна стійкість, її сутність, оцінювання та забезпечення є предметом дослідження широкого кола науковців, зокрема таких як: А. Амоша, В. Герасимчук, М. Білик, К. Ізмайлова, О. Колодізев, Л. Лахтіонова, П. Макаренко, Бірбіренко, С., Тупкало, В., Черепков, С. та ін.

Узагальнюючи думки науковців, можна констатувати, що під економічною стійкістю розуміють такий стан економічної системи, який характеризується розвитком та рівновагою усіх її елементів. На економічну стійкість мають значний вплив цілий ряд факторів, серед яких виділяють як внутрішні так і зовнішні. Ключовими зовнішніми є наявність та стан інфляції, економічна та політична ситуації в країні та світі, зменшення рівня платоспроможності у населення тощо, перелік внутрішніх факторів є значно ширшим, адже впливає по суті все – від організаційних проблем до фінансово-економічних.

Концепцією «економічна стійкість підприємства» передбачено наявність максимального показника зростання економічного стану бізнесу паралельно з мінімальним відхиленням його економічної системи порівняно зі станом рівноваги. Саме рівновага та мінімальне відхилення є основою, своєрідним фундаментом для загальної моделі економічної стійкості підприємства, на основі якої проводиться її оцінка.

Головною ціллю оцінки економічної стійкості підприємства, є процес пошуку та обрання ключових кількісних показників-індикаторів його економічної діяльності. До основних принципів, на яких ґрунтується оцінювання економічної стійкості підприємства, відносяться:

- виокремлення найбільш значимих показників впливу на економічну стійкість підприємства, так як широкий вибір показників на практиці є складним для здійснення аналізу;
- групування показників, за для забезпечення взаємозв'язку моніторингу з ендегенними та екзогенними факторами зовнішнього середовища, для подальшого прийняття рішень;
- чіткості пояснення розрахунку індикаторів;
- розрахунку оцінки економічної стійкості, на основі конкретних галузевих факторів.

Звичайно, кожна бізнес-організація в межах формування власного механізму управління економічною стійкістю, опирається першочергово на вдосконалення загальної системи управління.

Для досягнення економічної стійкості, функціональні складові підприємства повинні базуватися на послідовному єдиному підході. Проте слід враховувати, що кожна із складових (фінансова, виробнича, кадрова, маркетингова, інвестиційна, управлінська) характеризується переліком заходів, які сприяють саме її стійкості.

Для підтримки економічної стійкості підприємства потрібно дотримуватися таких заходів:

- 1) здатність до прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку виникнення кризової ситуації;
- 2) миттєва розробка та впровадження планів практичних заходів, щодо усунення проблемних ситуацій;

- 3) контроль за виконанням заходів та результатами, координація дій учасників;
- 4) безперервний моніторинг внутрішнього та зовнішнього стану підприємства;
- 5) запровадження окремих заходів, щодо зниження зовнішньої вразливості підприємства.

Система моніторингу дозволяє оптимізувати економічну стійкість відповідно до перспектив розвитку.

Для досягнення функціональної компоненти економічної стійкості бізнесу, необхідно ґрунтуватися на поетапному єдиному підході, враховуючи те, що кожен елемент діяльності підприємства (фінансовий, виробничий, кадровий, маркетинговий, інвестиційний та управлінський) має свої потреби у забезпеченні власної стійкості.

Таким чином, можна констатувати, що питання забезпечення економічної стійкості сьогодні для підприємства, є гарантією його функціонування у майбутньому. Враховуючи те що, провідною складовою економічної стійкості є його фінансова складова, оскільки в ринкових умовах господарювання фінанси є рушійною силою будь-якої економічної системи. Стабільний фінансовий стан підприємства надає можливість вкладати кошти в розробку нових товарів, освоювати нові ринки збуту, забезпечувати кадрову стійкість та ефективний процес управління.

Література

1. Тупкало, В., Черепков, С. Стабільність бізнесу, що забезпечує механізм підприємства в сучасних ринкових умовах. Інфраструктура вимірювань, 2022. №4. [https://doi.org/10.33955/v4\(2022\)-015](https://doi.org/10.33955/v4(2022)-015)
2. Бірбіренко, С. (2020). Стратегічний розвиток як фактор забезпечення економічної стабільності сучасного ринкового підприємства. *Three Seas Economic Journal*, 1(4), 18-23. <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-4-4>

Саргсян М.Ж.

Економіка підприємства, 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - канд. екон. наук, доц. Кузьомко В.М.

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вступ. Фінансова стійкість є важливим чинником ефективного функціонування підприємства. Нестабільність економічного становища, військовий час в Україні здійснили великий вплив на фінансову стійкість підприємств, показали, що не всі вони готові адаптуватись до таких змін. Тому існування та функціонування підприємств значною мірою потребує безперервного моніторингу та забезпечення фінансової стійкості з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників.

Забезпечення фінансової стійкості бізнесу несе за собою низку переваг. Зокрема, надійна фінансова стабільність дозволяє підприємству приймати стратегічні рішення, краще протидіяти неочікуваним економічним спадам, галузевими змінами чи іншими фінансовими ризиками, вона також є ключовою умовою для залучення інвестицій.

Поняття «фінансова стійкість» розглядалось в багатьох дослідженнях як вітчизняних, так і закордонних авторів таких, як: Русіна Ю. О., Полозук Ю. В., Чепка В. В., Матяш О. К., Бланк

І. О., Білик М. Д., Пригуляк Н. М., Павловська О. В., Барабаш Н. С., Лахтіонова Л. А., Хачатрян В. В. та інші. Кожен з названих науковців досить всебічно дослідив її сутність, методи оцінювання та забезпечення, однак дана проблема потребує додаткового дослідження, враховуючи постійне формування принципово нових чинників та умов функціонування та розвитку підприємств.

Метою даного дослідження є розкриття економічної сутності та ролі фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах.

Результати. Фінансова стійкість - різнобічне поняття, яке підлягало різним тлумаченням з боку дослідників. Русіна Ю. О. та Полозук Ю. В. вважають, що «фінансова стійкість підприємства - це такий стан фінансових ресурсів, при якому досягається фінансова незалежність підприємства від запозичених коштів, забезпечується його платоспроможність та стабільна продуктивність» [1, с. 94]. Чепка В. В. та Матяш О. К. притримуються думки, що фінансова стійкість – це «комплексне поняття, в якому відображається стабільний фінансовий стан підприємства, за якого ефективно формуються, розподіляються та використовуються фінансові ресурси, забезпечуються фінансова автономія, платоспроможність, дохідність та рентабельність, розвиток діяльності на поточний та майбутній періоди» [2, с. 652].

Отже, фінансова стійкість характеризує економічний стан підприємства, за якого забезпечується його стабільна дохідність, фінансова незалежність та платоспроможність і має вирішальне значення для здатності підприємства підтримувати стабільний фінансовий стан, протистояти економічним потрясінням, виконувати свої фінансові зобов'язання та підтримувати свою діяльність у довгостроковій перспективі.

Роль фінансової стійкості у забезпеченні ефективного функціонування та розвитку підприємства може бути розкрита через ключові переваги, які вона створює. Серед них, перш за все, варто назвати такі, як:

- 1) Безперервність функціонування підприємства. Коли підприємство є фінансово стійким, воно, швидше за все, продовжить свою діяльність без збоїв. Воно може інвестувати у своє зростання, дослідження, розробки та навчання співробітників. Навпаки, фінансово нестабільні підприємства можуть бути змушені скоротити штат чи навіть закритися, що призведе до втрати робочих місць та економічної нестабільності.
- 2) Кредитоспроможність. Фінансова стійкість часто є ключовим чинником, що визначає кредитоспроможність компанії. Кредитори охочіше надають свої послуги або пропонують вигідні умови стабільним підприємствам. Це дозволяє підприємству отримати доступ до фінансування для збільшення обігового капіталу чи для інших потреб за менших витрат.
- 3) Впевненість інвесторів. Висока фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов для залучення інвесторів. Акціонери та потенційні інвестори, швидше за все, інвестуватимуть у компанію з міцним фінансовим становищем, оскільки це означає, що їхні інвестиції безпечніші та можуть принести кращий прибуток.
- 4) Конкурентна перевага. Фінансова стійкість може бути конкурентною перевагою. Це дозволяє підприємству витримувати економічні спади, інвестувати в інновації та використовувати можливості, до яких фінансово слабкіші конкуренти можуть бути не готові.

Для досягнення та постійної підтримки фінансової стійкості в сучасних умовах, на нашу думку, підприємству надзвичайно важливо забезпечувати:

- стратегічне планування;

- комплексне бюджетування (встановлення фінансових цілей, прогнозування доходів);
- баланс між власним та залученим капіталом;
- управління грошовими потоками (оптимізація оборотного капіталу, контроль дебіторської та кредиторської заборгованості);
- дослідження нових ринків;
- визначення ризиків та контроль над ними;
- створення та підтримку фінансових резервів.

Окрім того, вкрай необхідно пам'ятати про регулярне оцінювання фінансового стану підприємства на основі фінансових звітів та показників ефективності.

Через війну в Україні чимало підприємств припинили роботу або потерпають через постійні ракетні удари, які нищать заводи, склади, торгові точки тощо. Виникли проблеми з логістикою, постачанням сировини, що загальмувало функціонування аграрного сектору, експорту та імпорту товарів та послуг, внаслідок чого багато підприємств просто зупинились. Чимало підприємств відчули труднощі з:

- ліквідністю (вилучалась велика частина коштів з обороту, безпосередньо, для їх збереження);
- рентабельністю (велика частка підприємств віддає весь свій дохід на допомогу армії, що свідчить про роботу на межі беззбитковості, відповідно, робота на межі рентабельності допустима лише при збереженні коштів для утримання штату та виконання своїх обов'язкових зобов'язань);
- оборотністю (різко скоротились обсяги збуту).

В таких умовах дуже важливо організовувати безпечні умови роботи та забезпечувати платоспроможність перед працівниками і постачальниками, щоб зберегти чисельність працівників та не мати заборгованостей. Крім того, щоб зберегти фінансову стійкість, потрібно втілювати оперативні інвестиції в розвиток та обов'язково створювати резервні фонди для того, щоб мати можливість терміново погасити заборгованості.

Існує багато прикладів підприємств, які постраждали внаслідок воєнних дій в Україні, зазнали значних збитків, однак, не зупинились та продовжили функціонувати і поступово відновлюватись. Яскравим прикладом є компанія «Нова пошта», в якій, як зазначає Рихліцький В. у своїй статті, впали обсяги доставки на 95% за перший тиждень війни, впав показник перевезення посилок у 20 разів, частина відділень були закриті, проте компанія все ж продовжує працювати, відкривати нові відділення там, де це відносно безпечно, запускати нові сортувальні станції та поштомати [3].

Висновки. Отже, фінансова стійкість характеризує стан підприємства, при якому воно здатне повністю забезпечити стабільну продуктивність, платоспроможність та виконання всіх фінансових зобов'язань.

Фінансова стійкість багатьох підприємств в Україні похитнулась через військовий стан, виникли проблеми з логістикою, постачанням сировини та багато інших, проте для її забезпечення та утримання варто слідкувати за фінансовим станом підприємства за допомогою звітів і показників ефективності, застосовувати стратегічне планування, визначити ризики та контролювати їх, створювати та підтримувати фінансові резерви.

Література

1. Русіна Ю. О., Полозук Ю. В. Економічна сутність фінансової стійкості підприємства та фактори, що на неї впливають: *International scientific journal*, 2015, № 2. С. 91-94.

2. Чепка В. В. Фінансова стійкість підприємства: сутність та фактори впливу: *Економіка і суспільство*, 2017, № 12. С. 649-655.

3. Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших витрат та як відновлюються підприємства. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/index.amp> (дата звернення: 7.11.2023).

Терещенко Т.Ю.

Економіка підприємства, 4 курс

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник - канд. екон. наук, доц. Кузьомко В.М.

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Економічна безпека є важливою умовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. В умовах нестабільності глобального ринку та надзвичайних ситуацій, таких як економічні кризи, терористичні акти, війни, екологічні катастрофи тощо, оцінювання рівня економічної безпеки є критично важливим. Для успішного функціонування необхідно забезпечувати стійкість бізнес-процесів та захист від зовнішніх впливів, тому оцінка рівня економічної безпеки є важливим етапом стратегічного управління підприємством. Також в умовах розвитку економіки можуть виникати нові загрози та ризики. І саме тому потрібно як можна більше уваги приділяти економічній безпеці підприємства.

Дослідженню проблем діагностики та забезпечення економічної безпеки підприємства присвячені роботи: Гвініашвілі Т.З., Дубинської О.С., Зайченка К. С., Діма Н. І., Кузьомка В.М., Левковської Л. В., Марченка О. С., Огренич Ю., Сосновської О.О., Ткаченка Т. П., Шило Ж. С., Швиданенко Г.О., Штангрет І. А. та інших. Незважаючи на те, що дані проблеми достатньо проаналізовані в навчальній та науковій літературі, вони все ще потребують додаткових наукових розвідок, що визначає актуальність даного дослідження.

Результати. Метою даної роботи є розгляд підходів до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства в сучасних умовах.

Для оцінки рівня економічної безпеки підприємства дуже важливо застосовувати адекватні методи та інструменти аналізу. В науковій літературі сформувалося декілька ключових підходів до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства.

Індикаторний підхід полягає у порівнянні фактичних значень фінансово-господарських показників з встановленими граничними значеннями. Він передбачає використання групи показників (індикаторів), які визначають економічну безпеку, інтегрованих у різні групи. Вибір індикаторів та їх групування залежить від специфіки галузі, значущості загроз та суб'єктивних переваг авторів [1, с. 280].

Ресурсно-функціональний підхід охоплює різні функціональні сфери діяльності підприємства і базується на припущенні, що ефективне використання корпоративних ресурсів допомагає запобігти небезпекам шляхом зміцнення внутрішнього потенціалу та створення умов для сталого розвитку. Критерієм оцінки є рівень ефективності використання ресурсів у всіх функціональних складових економічної безпеки (фінансовій, технічно-технологічній, інтелектуальній, кадровій, нормативно-правовій, екологічній, інформаційній, силовій та інші). Оцінка рівня економічної безпеки представляється як система функціональних критеріїв, і кожна з функціональних груп також є системою показників [2, с. 22; 3, с. 81].

Підхід на основі оцінки економічних ризиків передбачає ідентифікацію та аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, які становлять загрозу для безпеки підприємства, з використанням методів якісної та кількісної оцінки конкретних ризиків. Цей підхід включає розрахунок ймовірної шкоди для різних загроз та негативних факторів, яка порівнюється з прибутком, доходом або майном підприємства. У деяких методиках критерієм економічної безпеки може бути прибуток, а рівень безпеки оцінюється залежно від здатності підприємства нейтралізувати виявлені ризики [2, с. 260].

Програмно-цільовий підхід ґрунтується на інтегруванні показників, які визначають рівень економічної безпеки підприємства. При використанні цього підходу необхідно приділяти значну увагу відбору показників та визначенню методів їх інтегрування. Також виникають труднощі при встановленні коефіцієнтів значущості [1, с. 326].

Експертний підхід базується на оцінках та висновках експертів з економічної безпеки підприємства. Перевагами методу є те, що експерти мають значний досвід та знання у відповідній галузі, що дозволяє їм здійснювати об'єктивні та обґрунтовані оцінки. Експерти можуть враховувати різні аспекти економічної безпеки, включаючи фінансові, економічні, стратегічні та інші. Однак, оцінки експертів можуть бути суб'єктивними і залежати від їхнього досвіду та власних переконань. Даний підхід обмежений доступом до повного обсягу інформації, що може призвести до неповної оцінки. Окрім того, залучення експертів може бути витратним і забирати багато часу.

Комплексний підхід передбачає визначення основних функціональних складових або підсистем системи економічної безпеки. Рівень економічної безпеки оцінюється за допомогою інтегрально-системного показника, який є середньозваженою сумою інтегрально-функціональних показників рівня безпеки її підсистем. Загалом, комплексний підхід до оцінки рівня економічної безпеки має свої переваги, оскільки дозволяє отримати більш повну та об'єктивну картину стану підприємства. Проте він вимагає обізнаності та обережності в застосуванні, а також врахування витрат часу та ресурсів [3, с. 259-266].

Матричний підхід використовує матриці, зокрема, такі, як SWOT-аналіз, для оцінки рівня економічної безпеки. Цей підхід дозволяє отримати загальну картину щодо економічної безпеки підприємства і знайти можливості для формування стратегії безпеки та забезпечення ресурсів [3, с. 82].

Зважаючи на сильний вплив пандемії COVID-19 та повномасштабної війни в Україні на бізнес, виникли ключові проблеми в застосуванні вищезазначених підходів до оцінювання рівня економічної безпеки підприємств. Серед них, на наш погляд, слід назвати такі, як:

1. Необхідність врахування нових загроз.
2. Недостатня надійність даних.
3. Зміна пріоритетів та стратегій.
4. Потреба у нових методиках та інструментах.
5. Врахування непередбачуваності.

Також, перешкодами, які заважають досягненню необхідного рівня економічної безпеки підприємства, є: переважання реактивного підходу (чекання на негативний вплив загроз замість їх запобігання), недосконалість внутрішніх систем збору інформації, включаючи недостатню обізнаність про власну діяльність, направлення всіх ресурсів на боротьбу з загрозами, недосконалість законодавчої бази в цій сфері тощо [4, с. 246].

Для вирішення зазначених ключових проблем в оцінюванні та забезпеченні необхідного рівня економічної безпеки підприємств в сучасних умовах, на нашу думку, варто проводити трансформацію та адаптацію методик до актуальних загроз, які сформувалися останнім часом

в нашій країні у зв'язку, спочатку, з пандемією Covid-19, а зараз - війною, розробляти нові методи та інструменти діагностики, використовувати більш гнучкі підходи до розширення спектру оцінюваних параметрів, вести покроковий та систематичний облік показників-індикаторів безпеки, використовувати можливості штучного інтелекту та автоматизованих систем для відслідковування нових загроз, проводити навчання персоналу у сфері забезпечення економічної безпеки бізнесу тощо.

Висновки. Отже, для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства застосовують різні підходи, такі, як індикаторний, ресурсно-функціональний, підхід на основі оцінки економічних ризиків, програмно-цільовий, експертний, комплексний та матричний, кожен з яких має як свої переваги, так і недоліки. Для урахування постійного зростання існуючих та виникнення нових викликів та загроз для підприємств в сучасних складних умовах коли активізувалося багато чинників, які спричиняють негативний вплив на рівень їх економічної безпеки, варто адаптувати зазначені методики до потреб сьогодення, що забезпечить їм кращу діагностичну цінність, а підприємствам створить умови для швидшого та адекватнішого реагування на майбутні загрози.

Література

1. Шило Ж. С., Кречко М. Ю. Методи оцінки рівня економічної безпеки підприємства: підходи до оцінювання та забезпечення економічної безпеки. *Вісник НУВГП*. 2022. № 2 (98), 278-288.
2. Економічна безпека бізнесу : навч. посіб. / [Г. О. Швиданенко, В. М. Кузьомко, Н. І. Норіцина та ін.]; за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко. К. : КНЕУ, 2011. 511 с.
3. Лебедко С. А. Інтегральне оцінювання рівня економічної безпеки транспортних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2019. №2. С. 259–266.
4. Марченко О. С. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, Каф. екон. теорії. Харків : Право, 2022. 246 с.

*Трипольська С. С.
Спеціальність 051 Економіка, 4 курс,
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана
Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент, Дмитренко А. І.*

РИЗИКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вступ. Сьогодні маркетинг відіграє значну роль у сучасній ринковій моделі бізнесу, що дозволяє компаніям розпізнавати існуючі потреби споживачів і потенційний ринок для своїх продуктів, усі вони спрямовані на отримання максимальної вигоди, а також на задоволення споживчих уподобань. Особливо це стосується роздрібних компаній, які все частіше потребують маркетингових рішень через розвиток нових форматів роздрібної торгівлі, посилення конкуренції та дисбаланс попиту та пропозиції.

І навпаки, мінливий ринковий ландшафт, стрімкий розвиток інформаційних технологій і впровадження карантинних заходів, пов'язаних з вірусом COVID-19, зумовлюють необхідність постійного відстеження та оцінки факторів, які впливають на ефективність компанії. В умовах динамічної ринкової економіки та високого ступеня неоднозначності питання управління ризиками в маркетингу набуває особливого значення.

Огляд фахової літератури за темою дослідження. Теоретичною основою дослідження

стали ідеї та концепції вітчизняних учених В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко, С.В. Ковальчук, Н.С. Краснокутська, О.І. Лабурцева, О.Л. Устенко та ін. Проте питання визначення ризиків маркетингу на підприємствах роздрібної торгівлі в Україні розглядалося недостатньо, що зумовлює необхідність проведення додаткових досліджень у цьому напрямку.

Результати дослідження. Маркетингові ризики включають конкуренцію, зміни в смаках споживачів, ризики рекламної кампанії та інші. Інструменти управління ризиками включають аналіз SWOT, маркетинговий аудит, стратегії диверсифікації та резервування бюджету для неочікуваних змін у ринковій динаміці.

Компанії можуть використовувати інструменти прогнозування попиту, вивчення ринкових тенденцій, а також здійснювати ретельний моніторинг конкурентів для швидкого реагування на зміни у середовищі. Крім того, встановлення ефективних комунікаційних стратегій та збалансоване використання різних каналів зв'язку можуть допомогти зменшити ризики невдачі у маркетингових ініціативах.

Підприємницька діяльність за своєю природою пов'язана з ризиком, тому розробка стратегії управління ризиками є невід'ємною частиною ефективного управління. На перший погляд ризики маркетингової діяльності можуть здатися менш загрозливими, ніж економічні, політико-правові, екологічні чи технологічні ризики, але їх наслідки, такі як зниження попиту на продукцію, активні конкуренти на ринку, втрата споживачів тощо. Лояльність споживачів, проблеми зі збутом продукції тощо призведе до зниження загальної ефективності компанії. Тому виявлення видів, оцінка та попередження маркетингових ризиків стає важливим завданням для менеджерів.

Зміни в парадигмі розвитку економічної системи та інформаційних технологій в умовах глобалізації вплинули на діяльність підприємств роздрібної торгівлі, що призвело до необхідності перегляду принципів маркетингової діяльності ритейлерів з урахуванням важливості маркетингу в контексті ринкової турбулентності та загострення конкуренції. Ризики, що виникають через економічну та політичну нестабільність і невизначеність ринкових умов. В умовах низки непередбачуваних обставин вміль управління маркетинговими ризиками, використання найкращих інструментів стратегічної діагностики, планування подальших дій і шляхів розвитку не тільки скорочує розрив між планами роздрібного підприємства та результатами управління, але й забезпечує загальний успіх управління цими суб'єктами [2, с.441].

Вітчизняні вчені В.В.Вітлінський та Г.І.Великоіваненко визначають ризик як економічну категорію, яка відображає усвідомлені характеристики суб'єктів економічних взаємовідносин до об'єктивно існуючих невизначеностей та конфліктів, які невід'ємно існують у процесах постановки цілей, управління, прийняття рішень, оцінки та під впливом можливих загроз. і невикористаних можливостей [1, с.14].

В умовах функціонування сучасних підприємств з неповною інформацією про ринкове середовище та непередбачуваними економічними процесами маркетинговий ризик займає важливе місце в розгалуженій системі підприємницьких ризиків. Вчені по-різному трактують визначення маркетингового ризику. Тому І. Голяш та І. Данилюк визначають це поняття як загрозу збитків або неотримання прибутку внаслідок дії зовнішніх і внутрішніх факторів, що негативно впливають на процес виробництва товару та його просування на ринку [2, с. 59]. Під маркетинговим ризиком О. Л. Устенко розуміє ризик реалізації або комерційний ризик, пов'язаний з можливістю втрат під час реалізації товару та під час взаємодії з контрагентами та партнерами з метою організації збуту (табл. 1) [1, с 14].

Таблиця 1 – Поняття про ризик в економіці [2]

Поняття	Опис
Економічний ризик	Неузгодженість та нестабільність економічних умов, що може вплинути на фінансові результати підприємства.
Фінансовий ризик	Небезпека зазначених змін у фінансовому стані компанії, включаючи проблеми ліквідності та заборгованості.
Валютний ризик	Можливість втрат чи вигод внаслідок коливань обмінного курсу, які впливають на вартість валютних активів.
Інфляційний ризик	Небезпека зменшення покупної спроможності грошей внаслідок зростання рівня інфляції у економіці.
Інтересний ризик	Вплив змін у рівнях процентних ставок на витрати та доходи компанії, зокрема на вартість позичених коштів.
Політичний ризик	Можливість негативного впливу політичних подій, стабільності чи надмірної регуляції на бізнес-процеси.
Ризик ринкової ціни	Можливість втрат внаслідок коливань цін на ринку, що може впливати на вартість продукції чи послуг компанії.
Кредитний ризик	Небезпека неспроможності клієнтів чи контрагентів виконати свої фінансові зобов'язання перед підприємством.

Ми погоджуємося з визначенням С.В. Ковальчук, яка вважає, що маркетинговий ризик – це сукупність ризиків, притаманних маркетинговій діяльності компанії, Тобто описує ймовірність настання певних подій та їх наслідків, які обмежують або унеможливають досягнення цілей на певних етапах маркетингової кампанії чи в загальній сфері маркетингу [2, с. 375]. Існує багато типів ризиків, що виникають під час маркетингової діяльності підприємств роздрібною торгівлі, які поділяються на об'єктивні ризики за характером факторів, що породжують ризики (джерелом цієї групи ризиків є події, що відбуваються в маркетинговій діяльності підприємств роздрібною торгівлі). маркетингове середовище підприємства) і суб'єктивні (наслідки дій осіб, які приймають рішення під час обміну інформацією між підприємством і цільовим ринком) [4, с.83].

Шляхом дослідження можна виділити основні типи маркетингових ризиків:

1. Ціновий ризик. Цінова політика підприємств роздрібною торгівлі відрізняється від системи ціноутворення інших суб'єктів господарювання, її особливістю є торгова націнка, від рівня якої залежать кінцеві економічні результати діяльності підприємства. Більшу частину собівартості складає вартість товарних ресурсів, тобто ціна виробника. При проведенні ефективної цінової політики роздрібні торговці повинні мати відповідну інформацію, враховувати принципи її формування, дотримуватись чинної національної законодавчої бази щодо цінового нагляду, здійснювати моніторинг факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

2. Маркетингові ризики. Система визначає збутові ризики компанії та маркетингові можливості в акціях, забезпечує ефективну довгострокову маркетингову взаємодію компанії з покупцями та комерційними структурами, формулює найкращу стратегію збуту компанії та забезпечує стратегічне спрямування збутової діяльності ритейлера [3].

3. Ризики закупівель. Стратегічне і тактичне управління закупівельною діяльністю допоможе оптимізувати пов'язані з нею ризики. Концептуальним рішенням, що визначає весь подальший процес управління, є: ступінь самостійності його реалізації, режим реалізації, вид

взаємодії з ринком закупівель і ступінь участі постачальника в плануванні закупівель і контрольних рішеннях, фінансування закупівель, діяльність, нагляд за процесом закупівель та механізм мінімізації втрат процесу закупівель.

4. Повідомте про ризики. Маркетингові комунікації відіграють надзвичайно важливу роль у діяльності роздрібних компаній. Невдала комунікаційна політика компанії може призвести до нецільового використання комунікаційних засобів і призвести до виникнення так званого «ризиків невикористаних можливостей». Також дуже важливо вибрати найбільш ефективний для компанії на цьому етапі канал комунікації. Постійний аналіз ефективності комунікаційних кампаній необхідний, оскільки в сучасному динамічному світі постійно з'являються нові інструменти маркетингової комунікації. Для підприємств дуже важливо вчасно скорегувати напрямки.

5. Ризик шкоди іміджу компанії. Сьогодні, в епоху соціальних медіа, репутація та бренд є найціннішими активами, особливо для роздрібного бізнесу. Позитивний імідж важливий для утримання та залучення ділових партнерів, клієнтів, споживачів, а втрата цього нематеріального активу матиме негативний вплив на фінансові показники компанії. Ризики, пов'язані з брендом і репутацією, є складними, важко передбачуваними і часто виникають в результаті стратегічних і оперативних управлінських рішень. Практика показує, що репутація може швидко постраждати від несподіваних подій. Тому роздрібні торговці повинні вміти швидко реагувати на загрози для бренду. Це потребує розробки загального плану дій щодо нестандартних ситуацій та антикризового управління (табл. 2).

Таблиця 2 – Джерела маркетингових ризиків [3]

Поняття	Опис
Конкурентна ситуація	Зростання конкуренції може призвести до втрат клієнтів та зменшення частки ринку.
Зміни в споживчому попиті	Зміни в уподобаннях споживачів можуть спричинити неочікуване зниження попиту на продукцію.
Технологічні ризики	Технологічні зміни можуть зробити продукцію застарілою або менш привабливою на ринку.
Зміни в законодавстві	Легіслативні обмеження, такі як нові стандарти безпеки, можуть впливати на можливості маркетингу.
Фінансові ризики	Зміни в обсязі інвестицій чи фінансові обмеження можуть впливати на бюджет для маркетингових ініціатив.
Соціокультурні фактори	Зміни в суспільних чи культурних уподобаннях можуть впливати на сприйняття продукту та популярність.
Неочікувані події	Природні катастрофи, політичні кризи чи інші непередбачувані події можуть впливати на маркетингові стратегії.
Завдання бренду	Порушення репутації, негативна публічність можуть впливати на сприйняття бренду та його позицію на ринку.

Дослідження показують, що роздрібні торговці, які негайно реагують на загрози, мають більше шансів пережити кризовий період і «вийти» в посткризовий період, що робить необхідним управління маркетинговим ризиком, визначеним як діяльність, пов'язана з його виявленням, ідентифікацією та прийнятими рівнями та варіанти методів зниження або нейтралізації. Коли підприємства обирають відповідні методи управління ризиками, вони повинні враховувати як розмір очікуваних збитків, так і ймовірність їх виникнення [3, с.11].

Професійне та успішне управління маркетинговими ризиками для підприємств роздрібно́ї торгівлі не тільки розширює можливості забезпечення ефективного контролю ризикових ситуацій, але й сприяє зменшенню можливих маркетингових загроз у майбутньому, дозволяючи підприємствам роздрібно́ї торгівлі сформувати якісну інформаційну платформу. Кваліфіковане управління маркетинговими ризиками на підприємствах роздрібно́ї торгівлі створює можливості для прийняття комплексних управлінських рішень, забезпечуючи своєчасне реагування на різноманітні маркетингові ризики, незважаючи на обмеженість ресурсів і часу, сприяючи при цьому досягненню встановлених цілей і орієнтирів діяльності підприємства.

Висновки і пропозиції. Тому управління ризиками маркетингової діяльності для досягнення корпоративної ефективності передбачає реалізацію комплексу заходів. Менеджери та власники підприємств можуть ідентифікувати загрози, що виникають у зовнішньому середовищі, та захистити компанію від негативних наслідків реалізації певних маркетингових ризиків.

Література

1. Краснокутська Н.С., Лачкова В.М. Методи управління комерційними ризиками підприємств торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 2(2). С. 56–63.
2. Кулініч Т.В., Лозова І.О. Управління ризиками в діяльності торговельних організацій (на прикладі торгових мереж ритейлерів). Молодий вчений. 2018. № 11(63). С. 441–446.
3. Лабурцева О.І. Управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств. Економіка України. 2016. № 4. С. 79–91.
4. Лігоненко Л.О. Управління закупівельною діяльністю на підприємствах торгівлі: концептуальні рішення. Наука й економіка. 2014. № 1(33). С. 181–186.

Наукове видання

«НАУКОВІ БАРВИ — 2023»

*Збірник тез доповідей
учасників II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції
студентів, аспірантів і молодих вчених*

Том II

Видано в авторській редакції

Формат 60×84/8 Друк. арк. 13,17
Державний вищий навчальний заклад
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, Україна, м. Київ, пр. Берестейський, 54/1
Тел./факс (044) 537-61-41; тел.(044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua