



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА



КАФЕДРА
БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ
ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА



10-18 ТРАВНЯ 2021 РОКУ

ДЕКАДА СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКИ

«НАУКОВІ БАРВИ-2021»

*НА КАФЕДРІ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»*



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана»

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

НАУКОВІ БАРВИ – 2021

**Збірник тез доповідей
учасників декади студентської науки
«Наукові барви»
у межах 88-ої наукової студентської конференції
«Інноваційні ідеї та креативні проєкти в цифровій екосистемі»**

10 — 18 травня 2021 року

Київ 2021

Організаційний комітет декади студентської науки «Наукові барви — 2021»:

Рєпіна І. М. — докторка екон. наук, професорка, завідувачка кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», голова організаційного комітету декади студентської науки «Наукові барви», модератор секції 3

Швиданенко Г. О. — канд. екон. наук, професорка кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», модератор секції 1

Шергіна Л. А. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», модератор секції 2

Лаврененко В. В. — канд. екон. наук, професорка кафедри бізнес-економіки та підприємництва, директорка Інституту інноваційного підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», модератор секції 4

Гребешкова О. М. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», модератор секції 5

Єранкін О. О. — доктор екон. наук, професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», модератор секції 6

Ямненко Г. Є. — канд. екон. наук, доцентка кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана», секретар організаційного комітету.

Рекомендовано до видання редакційною колегією факультету економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Голова редакційної колегії факультету економіки та управління:

Востряков О. В., канд. екон. наук, доцент, декан факультету економіки та управління

Члени редакційної колегії факультету економіки та управління:

Гребешкова О. М., канд. екон. наук, доцентка - заступниця голови редакційної колегії;
Кириленко В. І., д-р. екон. наук, професор; Лавриненко В. В., канд. екон. наук, доцентка;
Омельяненко Т. В., докторка екон. наук, професорка; Прохорова Є. В., канд. екон. наук, доцентка;
Фещенко В. М., докторка екон. наук, професорка; Чистов С. М., канд. екон. наук, доцент.

Наукові барви — 2021: зб. тез доп. учасників декади студ. науки у межах 88-ї наук. студ. конф.

«Інноваційні ідеї та креативні проєкти в цифровій екосистемі», 10 — 18 травня 2021 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [ред. кол. О. В. Востряков та ін.]. — Електрон. текст. дані. — Київ : КНЕУ, 2021. — 93 с.

У збірнику подано тези доповідей учасників однойменної декади студентської науки 88-ї загальноуніверситетської наукової студентської конференції «Інноваційні ідеї та креативні проєкти в цифровій екосистемі» (10–18 травня 2021 року). Декада студентської науки «Наукові барви» щороку проводиться за ініціативою колективу кафедри бізнес-економіки та підприємництва ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» з метою виявлення студентів, здібних до наукових досліджень та інноваційних рішень у сфері економіки та підприємництва. У доповідях висвітлено питання, що розкривають сучасні напрями розвитку бізнесу в Україні та світі, масштабування та капіталізації підприємницьких ідей, розгортання інновацій та інтелектуальної власності у цифрову епоху, лідерства та партнерства в бізнесі, економіку сучасного агробізнесу. Тези доповідей викладено в авторській редакції.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ДРАЙВЕРИ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ

Андронов А.В. Малий бізнес як драйвер розвитку економіки: проблеми та шляхи щодо його стимулювання.....	5
Барабаш В.І. Сучасні тенденції розвитку виробничих структур.....	7
Барсегян А.А. Планування ефективності виробництва: сутність та особливості..	10
Грінкіна К.А. Впровадження цифрових рішень у діяльність підприємства як передумова створення інтелектуального підприємства.....	13
Кравченко Д. В. Вплив COVID-19 на підприємства авіаційної галузі.....	16

СЕКЦІЯ 2. ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Барабаш В. І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні в умовах пандемії.....	19
Варшава Д. В., Жеребко Є. Ю. Принципи управління ризиками бізнесу під час пандемії.....	22
Колосова В. С., Сидоренко А. С. Шляхи розвитку малого бізнесу в умовах пандемії.....	25
Кошель А. Г. Специфіка аналізу ефективності функціонування підприємств лісового господарства.....	29
Подольн Т. В. Розробка конкурентної стратегії розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємства у контексті забезпечення ефективності діяльності.....	32
Рубаник А. О. Роль акціонерних товариств у економіці України.....	35
Семенюк І. О. Вплив пандемії на стан інтернет комерції.....	38
Статешна О. В. Антикризове управління підприємством в сучасних умовах господарювання.....	40

СЕКЦІЯ 3. ПІДПРИЄМНИЦТВО: МАСШТАБУВАННЯ ІДЕЙ ТА ЇХ КАПІТАЛІЗАЦІЯ

Клименко К. О. Вплив інновацій на ефективність бізнесу в умовах пандемії.....	43
Науменко В. В. Франчайзинг в Україні: проблеми та перспективи розвитку.....	45
Нечай Л. М. Стратегії підвищення ефективності підприємницької діяльності.....	48
Паламарчук Т. С. Управління ланцюгами вартості бізнесу.....	50
Хвастунов Н. О. Бізнес-план як фундамент для старту бізнесу.....	53
Шелест З. А. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку страхових послуг в Україні.....	56
Шуберт М. П. Організаційні форми підтримки розвитку інноваційних проєктів в Україні.....	59

СЕКЦІЯ 4. ІННОВАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Козловська К. Д. Інновації в цифрову епоху та їх застосування у сфері кадрової безпеки.....	62
Колосінська А. П. Управлінські інновації на підприємстві в сучасних умовах господарювання.....	65
Ласкавий А. І. Проблеми та перспективи розвитку інноваційних процесів в енергетиці України.....	67
Мариніч М. Є. Роль штучного інтелекту в бізнесі.....	70
Пугач А. В. Розвиток медіа-стартапів в Україні.....	73

СЕКЦІЯ 5. ЛІДЕРСТВО ТА ПАРТНЕРСТВО В БІЗНЕСІ: СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ

Арутюнян Л. С. Особливості використання стратегії «блакитного океану» в умовах пандемії.....	76
Білоус А. Р., Ціліцинська І. В., Чумак А. В., Шворак А. С. Розробка мобільних додатків: передумови становлення та перспективи розвитку бізнесу в Україні.....	79
Божок А. С., Туцька Т. І., Погрібна В. С. Розвиток української ІТ-індустрії: передумови та перспективи.....	81
Наливайко О. Г., Глинянський С. С., Борисенко С. П. Роль «Укрзалізниці» у логістичній системі України: аналіз сьогодення та візія майбутнього.....	84

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНИЙ АГРОБІЗНЕС: ТЕХНОЛОГІЇ, ЕКОНОМІКА, ТРЕЙДІНГ

Вариченко А. В. Лізинг як особлива форма відтворення основних засобів в АПК.....	87
Шеремет О. В. Напрямки покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах господарювання.....	90

СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ ДРАЙВЕРИ БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ

Модератор секції —

Швиданенко Г. О., канд. екон. наук, професорка

Андронов А. В.

051 «Економіка», 4 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Чухраєва Н. М.

МАЛИЙ БІЗНЕС ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЩОДО ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ

Малий бізнес і приватне підприємництво є одним з важливих драйверів розвитку економіки, підвищення зайнятості та доходів населення.

У більшості зарубіжних країн питанням розвитку і підтримки малого та середнього бізнесу приділяється особлива увага, так як даний сектор утворює основу економіки цих країн - за рахунок малого і середнього підприємництва (МСП) в багатьох країнах формується більше половини їх ВВП. Малі та середні підприємства створюють робочі місця, і як наслідок, забезпечують значну частину населення доходами, що позитивно позначається на соціально-економічному розвитку як країн в цілому, так і їх окремо взятих регіонів.

На малий бізнес припадає 16% ВВП. Малий і середній бізнес в Україні приносить 55% валового внутрішнього продукту в економіку країни, зокрема частка малого бізнесу 16% ВВП [1].

Для порівняння частка малого та середнього бізнесу в ВВП розвинених країн становить 50-60%. У Польщі - 51%, Німеччині - 53%, Фінляндії - 60%, Нідерландах - 63%.

В якості основних проблем в сфері малого бізнесу і приватного підприємництва, як і раніше вважаються:

- нестача власних і позикових фінансових коштів, в результаті чого малі підприємства не в змозі придбати сучасне і високотехнологічне обладнання;
- відсутність ліквідного забезпечення або дане забезпечення недостатньо для банківського кредиту на старті своєї діяльності, що знижує можливість отримання кредиту;
- проблеми і труднощі в отриманні земельних ділянок для реалізації підприємницької діяльності, а також в підключенні до інженерно-комунікаційних мереж;
- складності в отриманні довгострокових кредитів, що стимулюють формування і розвиток малих інноваційних промислових виробництв;
- недостатність розвитку інформаційних систем, маркетингу, менеджменту та логістичних служб; страхових компаній, аудиторських фірм, торгових домів, консультаційних пунктів, бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів;
- неефективні механізми просування продукції малого бізнесу на регіональні та світові ринки, а також складність конкуренції на зовнішньому ринку в окремих секторах економіки і проблеми виходу на зовнішні ринки;

- слабка підготовка професійно-кваліфікаційного рівня зайнятих в малому підприємстві;
- недостатній розвиток ринків збуту, а також ринків сировини і матеріалів;
- велика кількість контролюючих органів;
- низька оснащеність малих підприємств сучасним технологічним обладнанням, що забезпечують випуск конкурентоспроможної продукції.

Разом з тим, є невирішені проблеми в банківському секторі, багато підприємців вказують на високі розміри кредитних ставок і комісійних винагород за операціями банків, зокрема додаткова плата стягується за розглядом кредитною комісією поданих документів [4].

Крім того, підприємцям при отриманні кредиту необхідно покривати витрати за страхування та оцінку заставного забезпечення, нотаріальне посвідчення кредитних документів тощо.

Поряд з цим, банками встановлено абонентські плати та інші комісійні відсотки за конвертацію коштів, відкриття акредитива, переклад конвертованих коштів на рахунок банків зарубіжних партнерів та інші послуги, що є суттєвою фінансовим навантаженням для підприємців, які звернулися в комерційні банки за фінансовою підтримкою [2].

Для запобігання цій ситуації потрібно відновлювати діяльність кредитних спілок та мікрокредитних організацій, які могли б стати реальними конкурентами для комерційних банків, що дозволило б зменшити розміри ставок. Також, необхідно, щоб комерційні банки визнавали оцінку заставного забезпечення, проведену незалежними оціночними організаціями. У теперішній же час оцінка організація вказується самим банком, а вартість оціненого заставного забезпечення може занижуватися [3].

Стимулювання розвитку малого бізнесу і приватного підприємництва можуть бути наступні заходи:

1) Подальше пом'якшення процентних ставок по кредитах, що дозволить підприємствам малого бізнесу знизити витрати і забезпечити фінансову стійкість, адже у світовій практиці чим нижче кредитна ставка, тим більше стимулюється зростання виробництва і споживчий попит;

2) Організувати підготовку кадрів з підприємницькими навичками, що є каталізатором розвитку малого бізнесу та індивідуального підприємництва для самозайнятості за рахунок впровадження професійної освіти «Vocational education» для 10-11 класів загальноосвітніх шкіл з досвіду Австрії і Німеччини.

3) Продовження і посилення розвитку коопераційних зв'язків між великими підприємствами та малим бізнесом, а також проводити коопераційні ярмарки;

4) Спрощення процесів узгодження земельних питань, реєстрації будівель при передачі в користування або у власність підприємців;

5) Розробка і впровадження критеріїв оцінки діяльності державних органів управління та органів державної влади на місцях за розвиток підприємництва і ділового середовища в цілому;

6) Розвиток державно-приватного партнерства, спрямований на зниження підприємницьких і інвестиційних ризиків в сферах досліджень і розробок, поширення нових технологій.

Отже, сучасні умови розвитку передбачають необхідність всебічного сприяння розвитку малого підприємництва для забезпечення відновлення економіки держави та забезпечення динаміки її зростання. Ці тенденції мають ґрунтуватися на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на ринках. Найважливішими заходами у нашій країні повинні бути сприяння інноваційній активності підприємницького сектору, забезпечення сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату, введення європейських підходів до розвитку підприємництва в Україні.

Література

1. Державний комітет статистики України: Статистична інформація. Діяльність підприємств. URL: [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
2. Косович Б. І., Дмитрук В. О.. Ризики розвитку малого підприємництва в сучасних умовах глобалізації. Економіка та держава № 5 / 2020. С.88-92
3. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Проблеми конкурентоспроможності українського підприємництва і торгівлі в умовах глобалізації. Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка, 2019. Випуск 56. С. 308—316.
4. Швець, Н. і Ізюмська, А. 2020. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2 (258) (Лют 2020), 108-117. DOI:<https://doi.org/10.33216/1998-7927-2020-258-2-108-117>.

Барабаш В. І.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Голіонко Н. Г.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР

Сучасні умови господарювання промислових підприємств характеризуються з одного боку прискоренням процесів глобалізації і становленням постіндустріальних суспільств, а з іншого – необхідністю якнайшвидшої модернізації техніки і технологій на інноваційній основі для забезпечення конкурентоспроможності економіки та утримання такого стану в перспективі.

Метою дослідження є аналіз тенденцій розвитку й удосконалення виробничих структур в умовах, що склалися та виокремлення основних факторів впливу на їхнє функціонування.

Вважаємо, що дана тема неабияк є актуальною у наш час, адже практичний досвід вітчизняних підприємств свідчить про неефективне використання високопродуктивної техніки та прогресивної технології за наявної організації виробництва як системи. Водночас, приклади діяльності підприємств у країнах з розвинутою ринковою економікою вказують на те, що при покращанні організації використання всіх елементів виробництва результати роботи значно покращуються, навіть за умови незмінної техніко-технологічної бази. Звідси випливає, що проблема зростання продуктивності праці зокрема та самого виробництва загалом значною мірою може бути вирішена не стільки шляхом інтенсифікації виробничих процесів, скільки шляхом розробки та реалізації ефективних організаційних рішень під час формування і розвитку виробничих структур як єдиної системи. [1]

На нашу думку, ефективність виробництва значною мірою залежить від раціональності його структури. Проблеми вибору оптимальної та вдосконалення існуючої структури завжди виникають під час створення нових, реконструкції або розширення діючих підприємств, зміни профілю їх діяльності, переходу на випуск іншої

продукції. Серед напрямів проектування та вдосконалення виробничої структури можна виділити такі основні:

1) оптимізація розмірів підприємства, яка передбачає виробництво та збут продукції з мінімальними витратами за даних параметрів техніки (продуктивність, потужність) і технологічних процесів, умов та методів організації виробництва, місцезнаходження та зовнішнього середовища;

2) поглиблення спеціалізації первинного виробництва, що полягає у виборі форми для виробничих підрозділів, відповідності виду та обсягу виробництва та відповідності обраної форми спеціалізації тим самим виробничим умовам. Таким чином, широкий розвиток агрегації, детальної та технічної спеціалізації створює умови для переходу від технологічної структури до місця призначення, де агрегатні машини, інтегровані вузли та спеціальні автоматичні пристрої можуть бути використані у зв'язку зі створенням існуючих автоматизованих ліній. За допомогою цього підходу ви можете збільшити продуктивність, зменшити виробничі витрати, витрати на обладнання та час розробки.

3) розширення співпраці в обслуговуванні виробництва, стрижнем якого є створення централізованого або самостійного допоміжного виробництва (малі підприємства) в приміщеннях заводу або укладення контрактів з виробниками обладнання та постачальниками, відповідальними за його технічне обслуговування.

На наш погляд, орієнтація на ринкові потреби передбачає постійні структурні перетворення виробничої системи різних рівнів. Сучасні тенденції структурних перетворень ґрунтуються на системному підході, що має такі складові: створення достатньо автономних та самостійно взаємодіючих виробничих підрозділів; розвиток горизонтальних, а не вертикальних зв'язків; гнучке використання робочої сили; упровадження творчих ідей у виробництво; пристосування виробництва до замовлень ринку й організація виробництва дрібними партіями продукції; створення безперервно-потоків систем багатопредметного виробництва; відмова від страхових запасів. Сучасні методи організації виробництва базуються на формуванні комплексних автономних ділянок з предметною спеціалізацією.

Сучасні погляди на просторове розташування устаткування і формування виробничих структур відображають перспективи їх розвитку, у процесі якого підвищуються гнучкість випуску виробів і маневреність робочих місць (тобто можливість змінювати їх розміри та кількість робочих місць), зростає надійність за рахунок підвищення якості звичайних профілактичних ремонтів та обслуговування, а також збільшується випуск високоякісної продукції за рахунок поліпшення технічної оснащеності й удосконалення навчання робітників.

Під час швидких змін попиту на конкретні вироби найефективнішими на нашу думку є комбінації складальних ліній з виробничими (технологічними) осередками. Формування технологічних осередків ґрунтується на груповій технології, коли різне устаткування групується для виконання операцій з кількома виробами, однорідними за конструктивно-технологічними ознаками. Такий принцип широко застосовується в металообробці, на складальних лініях і особливо в дрібносерійному виробництві та працюючому за замовленнями.

Перехід від організації виробництва і розташування устаткування, орієнтованих на технологічний процес, до організації виробничих осередків за принципом групової технології передбачає здійснення таких заходів:

1. Ідентифікація та групування компонентів (деталей) виробів за спільністю операцій обробки.

2. Визначення структури домінуючих потоків обробки групи компонентів, на основі яких розташовуються або перерозміщуються технологічні процеси.

3. Фізичне групування устаткування і технологічних процесів в осередки.

Якщо деякі компоненти неможливо включити до складу будь-якої групи, а спеціалізоване устаткування не можна розмістити в одному з осередків через виконання робіт, що належать до різних осередків, тоді формується окремий осередок «залишків».

Технологічні осередки вважаються доцільними, якщо є: окремі групи компонентів (деталей) виробу; кілька верстатів кожного типу, що дає змогу виводити з осередку будь-який верстат без зменшення його пропускної спроможності; робочі центри, які являють собою окремі важкі верстати, що легко пересуваються, а також просто прикріплюються до підлоги.

Робочий центр — це частина виробничого простору, на якому відповідним чином організовані виробничі ресурси та праця. Він може складатися з одного верстата, їх групи або ділянок, де виконується певний тип робіт. Згідно з функціональним призначенням робочі центри можуть бути основою цехової структури або більш досконалих структур на зразок продуктового потоку, складальної лінії або групового технологічного осередку.[2]

Прикладом може слугувати в виробничу структуру ДП ПАТ «Київхліб» Хлібокомбінат № 10 являє собою сукупність підрозділів основного виробництва та інфраструктури (ремонтного, енергетичного, тарного, складського, транспортного господарств).

Виробнича структура стосується виключно основного виробництва. У складі цехів відрізняють потокові лінії. Потокові лінії складаються з відділень, які спеціалізуються на виконанні окремих стадій технологічного процесу. За кожним з них закріплена певна кількість робочих місць з визначеними операціями. До числа підрозділів інфраструктури підприємства належать ремонтно-механічна майстерня, компресорна, котельна, гараж та експедиція.[3]

За результатами проведеного дослідження можна сформулювати деякі загальні принципи формування виробничих структур:

- компактність розташування структурних підрозділів виробничого процесу в просторі, що дозволяє оптимізувати технологічні зв'язки, підвищити експлуатаційну надійність системи, зменшити поточні витрати на виробництво;

- оптимальний рівень спеціалізації, концентрації і комбінування виробництва, що сприяє зниженню собівартості продукції через впровадження нової техніки і технології, підвищення рівня автоматизації виробництва, зменшення трудомісткості виробничих процесів;

- максимальна рівномірність випуску продукції, неперервність виробничого процесу, пропорційність потужностей усіх виробничих підрозділів, паралельність виконання робіт, що передбачає узгодження продуктивності всіх підрозділів виробництва, сприяє покращанню використання виробничих ресурсів і зростанню економічної ефективності виробництва;

- комплексність автоматизації та механізації підрозділів технологічної схеми виробничого процесу, що забезпечує досягнення відповідності пропускної здатності взаємопов'язаних виробничих підрозділів та удосконалення відносин між людиною і

машиною (зміст праці стає більш привабливим).[4]

Реалізація наведених вище принципів дозволить покращити виробничу структуру підприємства в процесі її розвитку.

Література

1. Формування та розвиток виробничих структур [Електронний ресурс]. -
2. Режим доступу: URL:<http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/19207/1/36-Pashchenko-181-184.pdf> (дата звернення: 20.04.2021).
3. Тенденції розвитку й удосконалення виробничих структур [Електронний ресурс]. -
4. Режим доступу : URL : <https://helpiks.org/3-68181.html> (дата звернення: 20.04.2021).
5. Виробнича та організаційна структура підприємства [Електронний ресурс]. -
6. Режим доступу : URL : https://revolution.allbest.ru/management/00633748_0.html (дата звернення: 20.04.2021).
7. Васильков В.Г. Організація виробництва. – К.: КНЕУ, 2003. 251-253 с.

Барсегян А. А.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Кудлай В. Г.

ПЛАНУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

В сучасному бізнес-середовищі відбуваються постійні зміни, майже кожного дня. Ці зміни зазвичай викликані різними факторами – появою нових продуктів, насиченням та зміною кон'юнктури ринку. І тому, кожне підприємство, яке працює на ринку і прагне бути конкурентоспроможним, підпадає під вплив зовнішнього середовища. Отже, підприємство повинно постійно і систематично моніторити ці зміни, адаптуватись до них, а також прогнозувати вектори змін зовнішнього середовища.

Постійне оновлення та розширення асортименту продукції підприємства є надзвичайно актуальним питанням в даних умовах. Отже, для підтримки високого іміджу підприємства, забезпечення стійкої конкурентної позиції на ринку та завоювання нових споживачів, необхідно впроваджувати сучасну ефективну систему планування виробництва. Рівень ефективності планування виробництва відіграє важливу роль в забезпеченні розвитку економіки підприємства. Варто зазначити, що в сучасних умовах ведення підприємницької діяльності, планування ефективності виробництва є надзвичайно важливим та актуальним питанням, яке потребує наукових і практичних розробок.

Мета — обґрунтування науково-теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо напрямків підвищення ефективності виробництва. Під час виконання роботи було використано методи аналізу і синтезу, групування та систематизації, а також монографічний метод .

Історичний вітчизняний і світовий досвід ринкової організації виробництва свідчить, що підприємство, яке не приділяє уваги плануванню своєї діяльності, часом може само стати об'єктом планування та засобом досягнення цілей інших підприємств, галузі в цілому як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі Звісно, планування - це не єдиний інструмент управління, який здатний вдосконалити керівництво розвитком підприємства. Але професійно виконане планування майбутньої діяльності створює серйозні передумови для стійкої та ефективної роботи [1].

Американські вчені Е. Долан і Д. Ліндсей визначають ефективність у виробництві як ситуацію, за якої при даних виробничих ресурсах та існуючому рівні знань неможливо виробити велику кількість одного товару, при цьому не жертвуючи можливістю виробити деяку кількість іншого товару [7]. З ними погоджуються Г. Черевко та В. Лукаш і доповнюють, що ефективність у виробництві визначається таким станом справ, при якому неможливо нічого змінити, щоб більш повно задовольнити бажання однієї людини, не торкаючись задоволення бажань іншої [6].

У працях Ф. Енгельса широко висвітлюються поняття "ефективність", "корисний ефект" при дослідженні різних сторін капіталістичного способу виробництва. Він підкреслював, що в умовах приватно-підприємницької виробничої діяльності цей корисний ефект (оскільки йдеться про корисність виробленого або обмінюваного товару) відходить на другий план і єдиним рушієм стає отримання прибутку при продажу [3].

Ефективність означає найвищий рівень продуктивності, який за найменшою кількістю вхідних даних дає можливість отримати найбільший обсяг випуску продукції. Ефективність вимагає зменшення обсягу непотрібних ресурсів, що використовуються для виробництва певної продукції. Це мінімізує втрати запасів, таких як фізичні матеріали, енергія та час, одночасно забезпечуючи бажаний вихід продукції.

Для того, щоб максимізувати ефективність виробництва, кожне підприємство потребує проєктування чіткого плану виробництва та способів досягнення запланованих показників. Варто зауважити, що планування ефективності виробництва - це складний процес, який стосується найрізноманітніших сфер діяльності підприємства, від забезпечення наявності матеріалів, обладнання до планування необхідної кількості працівників.

Прибутковість - характеризує ефективність діяльності компанії. Прибутковість має два показника: рентабельність та прибуток. Рентабельність тісно пов'язана з прибутком, але з однією ключовою різницею. Прибуток - абсолютна величина, прибутковість - відносна. Рентабельність - це показник ефективності - і в кінцевому рахунку її успіху чи провалу [8]. Варто зауважити, що ціна при плануванні ефективності виробництва має важливе значення, оскільки ціни впливають на кінцеві фінансові результати і ринкове становище підприємства, виступаючи при цьому одним із найважливішим фактором конкурентної боротьби [2].

Планування виробництва - це процес створення плану майбутнього виробництва в межах виробничої організації. Планування є важливою для сучасних виробничих операцій, оскільки вона встановлює основи для функціонування виробництва та визначає сфери, де не вистачає продуктивності.

В науковій літературі виділяють п'ять видів виробництва та методів планування:

- 1) Планування роботи

Виробництво, засноване на роботі чи проєкті, зосереджене на випуску окремого товару, і ним займається один працівник або група людей. Тип робочих місць, які

підпадають під цей тип планування виробництва, може бути незначним, наприклад, створення спеціальних ювелірних виробів. Більші, складніші виробничі проекти, такі як будівництво будинків на замовлення, також потрапляють до цієї категорії.

2) Пакетний метод

Серійне виробництво використовується, коли вироби виробляються групами, а не окремо або за допомогою безперервного виробництва. Наприклад, печиво виробляється партіями, що означає, що кожен етап виробництва відбувається одночасно на партії печива.

3) Метод потоку

Поточне виробництво - це метод, керований попитом, який характеризується безперервним потоком агрегатів через виробничу лінію. Ця техніка зазвичай використовується у виробництві телевізорів та побутових приладів, коли виріб виготовляється за допомогою низки колективних операцій, в яких матеріали переміщуються з однієї стадії на іншу без затримок чи перерв у часі.

4) Метод масового виробництва

Масове виробництво дуже схоже на виробництво потоку. Ця техніка є дуже корисною при виготовленні великої кількості однакових виробів за короткий проміжок часу.

5) Метод виготовлення технологічного процесу

Процес виробництва - це тип безперервного процесу, подібний до масового виробництва та поточного виробництва, але характеризується безперервним потоком матеріалів через виробничу лінію. Зазвичай готова продукція, вироблена в цьому виді виробництва, не враховується як дискретна одиниця [4].

Погоджуємося з думкою В.Г.Кудлай, що в умовах загострення проблеми збуту і посилення конкурентної боротьби постає нагальна потреба здійснення спеціальних заходів, спрямованих на пристосування до потреб і бажань споживачів, вивчення фактичного і прогнозування потенційного попиту [5].

Планування та контроль виробництва завжди є великим викликом для величезних організацій. Контроль та оптимізоване виробництво можуть допомогти організації скористатися для кращого часу циклу та зменшення запасів. Для того, щоб планування виробництва було ефективним потрібно: вимірювати, аналізувати, переглядати та постійно оновлювати кожну операцію для кожного продукту та кожного варіанту. Якщо ігнорувати це, підприємство не матиме змогу ефективно планувати виробництво та може отримати збитки.

Планування виробництва відіграє важливу роль у поліпшенні загальної продуктивності виробничої системи, особливо коли система працює в невизначеному середовищі. Невизначеність попиту на продукцію, час переробки та якість сировини є одними із найпоширеніших типів невизначеності, що характеризують виробниче середовище. Для розробки надійного плану виробництва важливо, щоб невизначені параметри враховувались у процесі планування виробництва, оскільки нехтування ними вплине на ефективність виробництва та ефективність системи.

1. Кудлай В. Г Перспективи розвитку ринку кондитерських виробів / В. Г. Кудлай // Економіка АПК. – 2005. – № 1. – С. 92–98.
2. Кудлай В. Г. Маркетинговий підхід у ціноутворенні / В. Г. Кудлай // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. – № 4. – С. 3–7.
3. Маркс К. Капітал : твори // К. Маркс, Ф. Енгельс. – 2-е вид. – Кн. 2. – Т. 24. – С. 598.
4. Кудельський В. Е. Економічні засади виробництва сільськогосподарської продукції підприємствами аграрного сектора: монографія; // за ред.. К. Л. Ларіонової // Економіка та управління підприємством: сучасні підходи, методи та моделі – Кам'янець-Подільський. – С. 133–161.
5. Савицька В. Г. (Кудлай В. Г.) Основні аспекти маркетингу молочних продуктів / В. Г. Савицька // Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів / відп. ред. С. І. Дем'яненко. – Київ : КНЕУ, 1999. – Вип. 3. – С. 110.
6. Економічна енциклопедія: у 3 т. ; відп. С. В. Мочерний та ін. – К. : Видавничий центр "Академія", . Т.1.– 864с.
7. Productivity methods for a molding manufacturing facility // Mary Elaine Johnson // B.S. Chemical Engineering, Massachusetts Institute of Technology – URL : <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/33531/33960864-MIT.pdf?sequence=2> (дата звернення: 15.04.2021).
8. Петков О.І Методичні підходи до оцінювання економічної ефективності підприємств харчової галузі України» / Петков О.І. // Економіка та управління національним господарством / URL: http://bses.in.ua/journals/2019/42_2019/8.pdf (дата звернення: 15.04.2021).

Грінкіна К. А.

*051 «Економіка», 1 курс магістратури,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – доц. Терентьєва О. В.*

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ РІШЕНЬ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Поточна криза внесла значні зміни у всі сфери функціонування підприємством, а також вплинула на поведінку споживачів. Для успішного функціонування на ринку та зниження рівня впливу пандемії на розвиток та функціонування бізнесу дуже важливого значення набуває здатність до швидкого реагування. Впровадження нових технологій та продуктів інтелектуального підприємства систем ERP, CRM та EAI для підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних кризових умовах, пізнання і розуміння сутності та впливу смарт-технологій на розвиток бізнесу дозволить сучасним підприємства впевнено рухатися вперед.

Серед вітчизняних дослідників Черненко М. дослідив функціонування ERP-систем та надав власне визначення моделі. О'Лири досліджував ERP-систем та визначив основні переваги та недоліки їх впровадження. Чайковська М.П. досліджувала питання впровадження CRM-систем та їх вплив на діяльність підприємства. Серед іноземних авторів було розглянуто роботи William Tse, Paula Serdeira Azevedoa, Mário

Romão and Efigénio Rebelo та Alshawī, S. Ці науковці проводили дослідження у сфері застосування систем ERP, CRM та EAI. Вони визначили основні переваги та недоліки впровадження таких систем, визначили можливості, які розкриваються для підприємств після впровадження програмних комплексів.

Реакція бізнесу на пандемію підкреслила необхідність прискореного впровадження гнучких методів роботи та трансформації ланцюжка створення вартості продукції/послуг для того, щоб успішно подолати невизначеність. Такі процеси спричинили появу нового виду підприємств – “Інтелектуальних підприємств”. Їх основною ознакою стало те, що керівництво відмовилося від прийняття рішень типу “зверху-вниз” при цьому активно застосовуючи хмарні технології та Big Data для швидкого виходу на ринок та просування своєї продукції. Таке підприємство здатне до динамічного самоуправління і постійної адаптації.

Формування та впровадження нових технологій та продуктів інтелектуального підприємства не вимагає значних вкладень чи безмежних ресурсів. Наразі, переважна більшість підприємств вже зараз активно користується хоча б одним новим бізнес-рішенням. Однак є основна різниця, що відрізняє успішне використання таких технологій від неуспішного – це спосіб у який підприємство об’єднує всі рішення у систему для їх подальшого аналізу та обміну інформацією між підрозділами. Основними моделями цифрових рішень на великих підприємствах є CRM (Customer Relationship Management), ERP (Enterprise Resource Planning), EAI (Enterprise Application Integration), які спрямовані на підвищення ефективності бізнесу.

Однією із найефективніших моделей цифрових рішень вважається модель ERP (Enterprise resource planning). За допомогою такої моделі підприємство отримує можливість в режимі реального часу ефективно управляти своїми ресурсами. Така модель функціонує на основі хмарної, локальної або гібридної платформи. Таким чином використовується 3 основні компоненти: Інтелектуальна складова, цифрова платформа, технології штучного інтелекту.

До основних переваг відносяться: консолідація інформації з різних програм в одній інтегрованій системі, можливість за допомогою автоматизації процесів більшості структурних процесів ефективно управляти ресурсами організації; доступ до інформації в режимі реального часу; можливість побудови цілісного інформаційного простору для обміну інформацією між всіма підрозділами; можливість якісного прогнозування майбутніх подій. [1,2]

Однак, окрім переваг дана модель має певні недоліки: повний пакет програми може потребувати значних фінансових вкладень, оскільки існує декілька варіантів впровадження таких ERP систем, то підприємство яке вирішило запровадити не повний пакет може отримати на виході стандартні рішення; тривалість впровадження інколи може сягати 3-5 років, що є досить ризикованим для сучасного мінливого середовища [4,5].

Також моделлю, на яку хочеться звернути вагу є EAI – це система технологій та додатків яка об’єднує в одній програмі всі види додатків які використовує організація у єдиний процес. Така модель необхідна для тих підприємств які користуються декількома програмними продуктами від різних виробників. Отже, основними перевагами моделі EAI є: спрощення бізнес-процесів, забезпечення цілісності інформації, застосування стандартного підходу у програмах, можливість адаптації технології до змін у бізнес-середовищі, підтримка старих програм. До недоліків можна

віднести: впровадження моделі без стратегії інтеграції, нехтування безпекою передачі даних та моніторингом, визнання технології EAI продуктом, а не архітектурою, відсутність експертів EAI, складність побудови EAI на вже існуючій бізнес-архітектурі[6,7].

Концепція CRM не є новою для бізнес середовища. Сьогодні безліч компаній використовують цю систему для налагодження ефективних зв'язків з клієнтами. Основною метою є об'єднання різних джерел інформації для аналізу клієнтів, продажів та ринкових тенденцій. Для такої моделі в центрі бізнесу стоїть клієнт, а основна діяльність спрямована на встановлення міцних зв'язків з клієнтами та маркетингу. Більшість програмних продуктів CRM пропонуються за моделлю SaaS (програмне забезпечення як послуга), тобто через хмарні платформи, і лише деякі пропонуються як самостійне рішення[8].

Отже, нові принципи ведення бізнесу можуть здатися недосяжними для окремих керівників. Але для тих, хто знайомий з поняттями штучного інтелекту, автоматизації процесів, хмарними технологіями це надає безмежні можливості для розвитку та зростання бізнесу. Це свідчить про те, що бізнес-лідери руйнують не лише старі способи та методи ведення підприємницької діяльності, а й відповідають умовам ринку найкраще серед своїх конкурентів.

Попри певні недоліки впровадження розглянутих систем можливості, які отримає компанія значно більші. Такі системи дозволяють підприємствам підвищувати конкурентоспроможність та за допомогою єдиного інформаційного простору і консолідації всіх даних впроваджувати інноваційні рішення у свою діяльність. Крім того, високу вартість наприклад продуктів CRM можна нівелювати за рахунок впровадження українських пакетів таких як CRM EDUCATION, BLOKNOTAPP, ONEBOX CRM або PERFECTUM CRM. Таким чином цю модель можна застосовувати не тільки у великому та середньому бізнесі, а й на малих підприємствах також.

Література

1. Черненко М. Реінжиніринг і псевдо-реінжиніринг / Управление компанией. – 2008. – № 21-22. – С. 31-35.
2. О'Лири Д. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия – М. : Вид-во "Вершина", 2009. – 272 с.
3. Alshawi, S., Themistocleous, M., & Almadani, R. *Integrating diverse ERP Systems: a case study. The Journal of Enterprise Information Management*, 2004. №17 (6), pp. 454-462
4. Themistocleous, M., Irani, Z., O'Keefe, R., & Paul, R. *ERP Problems and Application Integration Issues. Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences: An Empirical Survey (HICSS-34)*, 2001, (9), pp. 1-10.
5. Paula Serdeira Azevedoa, Mário Romãob and Efigénio Rebeloc, *Advantages, Limitations and Solutions in the Use of ERP Systems, (Enterprise Resource Planning) CENTERIS 2012 - Conference on ENTERprise Information Systems / HCIST 2012, International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies. December 2012,* URL: https://www.researchgate.net/publication/257744080_Advantages_Limitations_and_Solutions_in_the_Use_of_ERP_Systems_Enterprise_Resource_Planning_-_A_Case_Study_in_the_Hospitality_Industry (Дата звернення 24-04-2021)

6. TIBCO Guru, *Enterprise Application Integration (EAI)*, February 2011, URL: <http://www.tibcoguru.com/enterpriseapplication-integration-eai/> (Дата звернення 24-04-2021)

7. William Tse, *Enterprise Application Integration (EAI)*, 2011, URL: <http://www.cs.ucl.ac.uk/staff/ucacwxe/lectures/3C05-03-04/EAI.pdf> (Дата звернення 24-04-2021)

8. Чайковська М.П. Перспективи гіпермедійної інтеграції CRM-систем. *Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов*. 2012. № 18-2. С. 201–207.

Кравченко Д. В.

051 «Економіка», 1 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Кузьомко В.М.

ВПЛИВ COVID-19 НА ПІДПРИЄМСТВА АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Пандемія COVID-19, також відома як пандемія коронавірусу, є діючою на сьогодні пандемією, спричиненою важким гострим респіраторним синдромом. Вперше вірус було виявлено в м.Ухань, Китай. Епідемія була оголошена надзвичайною ситуацією, пов'язаною з громадським здоров'ям. Влада у всьому світі реагувала на це, запроваджуючи обмеження на поїздки, блокування, обмеження великих зборів, контроль за небезпекою на робочому місці та закриття об'єктів. Багато міст також працювали та працюють над збільшенням можливостей тестування та відстеження контактів зараженого. Майже всі країни намагаються уповільнити передачу хвороби.

Такі суворі заходи та обмеження спричинили глобальний соціальний та економічний зрив. Пандемія COVID-19 підштовхнула економіку до Великого блокування, яке допомогло стримати вірус і врятувати життя, але також спричинило найгіршу рецесію з часів Великої депресії. Спалах коронавірусу серйозно порушив світову економіку. Велика депресія зайняла 3 роки, а поточна криза - 3 тижні. Економічні гуру навіть не порівнюють це зі світовою фінансовою кризою 2008 року. Ніщо не можна порівняти з кризою такого масштабу.

Метою даного дослідження є аналіз впливу пандемії COVID-19 на розвиток авіаційної галузі України.

Відповідно до поставленої мети дослідження, окреслено наступні завдання:

1. Проаналізувати стан авіаційної галузі України в період з грудня 2019 року по квітень 2021 року

2. Проаналізувати роботу авіаційних підприємств України з грудня 2019 року по квітень 2021 року

Методи дослідження: статистичний порівняльний аналіз відкритих статистичних даних провідних українських авіакомпаній та аеропортів.

Економічна шкода, заподіяна пандемією COVID-19, в основному обумовлена падінням попиту, тобто немає споживачів для придбання товарів та послуг, доступних у світовій економіці. Цю динаміку можна чітко помітити в такій сильно постраждалій галузі, як авіація.

Для того, щоб уповільнити поширення вірусу, країни запровадили обмеження на подорожі, тобто багато людей не можуть придбати рейси на відпустку або у відрядження. Це зменшення споживчого попиту призводить до втрати авіакомпаніями

запланованих доходів, тобто їм потрібно потім скоротити свої витрати, зменшивши кількість рейсів, які вони виконують. Без державної допомоги, авіакомпаніям доводиться скоротити кількість працівників для подальшого скорочення витрат. Якщо розглядати українські авіакомпанії, то їх стан набагато гірший за інші європейські авіакомпанії.

Найбільшими українськими пасажирськими авіакомпаніями на сьогодні є: Міжнародні авіалінії України (MAU), SkyUpAirlines, Azurair.ua та Роза Вітрів, частка яких – 98% українського ринку.

Майже повна заборона діяльності авіакомпаній у березні-квітні 2020 року (окрім спецрейсів) в середині країни та закриття неба на більшості традиційних напрямків, нанесла галузі великих збитків та змусила пристосовуватися до польотів по-новому – це активізація чартерних та евакуаційних перельотів, переоблаштування пасажирських суден на вантажні, зміна карти польотів та коригування напрямів та інше, що відразу відобразилося на обсягах перевезень пасажирів (рис. 1).

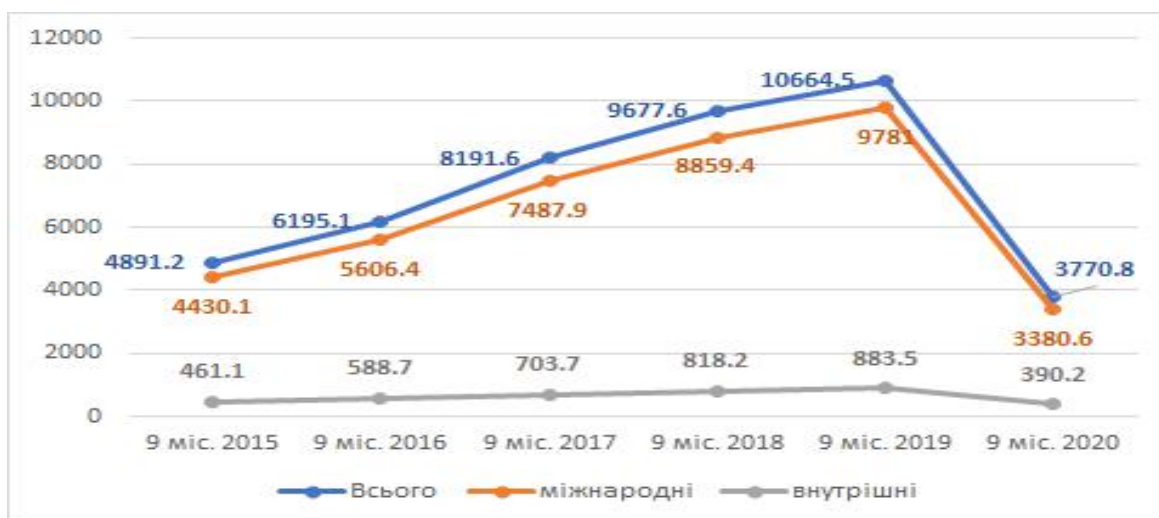


Рисунок 1 - Чисельність перевезених пасажирів українськими авіакомпаніями (тис.ос.) [1].

Як видно з рис. 1, перевезення пасажирів українськими авіакомпаніями катастрофічно зменшилося. За підсумками 9 місяців 2020 року мало місце скорочення пасажиропотоків в усіх без винятку аеропортах, зокрема кількість обслугованих пасажирів головним аеропортом країни Київ (Бориспіль) зменшилась порівняно з січнем-вереснем попереднього 2019 року на 65,1 відсотка. Пасажиропотоки через аеропорт Київ (Жуляни) скоротились на 70,1 відсотка, Львів – на 58 відсотків, Одеса – на 56,7 відсотка, Харків – на 47,1 відсотка, Запоріжжя – на 26,9 відсотка [2].

Короткий аналіз роботи авіаційних підприємств України свідчить про катастрофічну економічну ситуацію, яка склалася на летовищах нашої країни.

Транспортна галузь, будучи значною сферою глобальної економіки, не уникла масштабних негативних ефектів, пов'язаних з поширенням у світі коронавірусної інфекції COVID-19. Міжнародні пасажирські перевезення, основна частка яких припадає на повітряний транспорт, випробували безпрецедентне скорочення внаслідок закриття державних кордонів і введення урядами інших обмежувальних заходів, зробили

неможливою регулярну діяльність авіакомпаній. Це привело не тільки до фінансових втрат для самих перевізників, а й до серйозного скорочення робочих місць в секторі з подальшими соціально-економічними наслідками.

Ситуацію в Україні ускладнює те, що на відміну від аеропорту в Борисполі, який є державним, інші аеропорти не отримують дотацій і змушені й далі власними силами виплачувати відсотки від попередніх кредитів.

Але, є думки експертів і про позитивний вплив Пандемії. Аеропорти змушені впроваджувати найкращі нововведення, на які інакше знадобилися б роки, а саме:

- використання біометричних технологій для того, щоб ідентифікувати пасажирів і не змушувати їх зайвий раз торкатись різних речей чи комунікувати з людьми в приміщеннях;
- введення технологій автоматичного скринінгу, що суттєво пришвидшує процес просування черг;
- нові гігієнічні звички самих пасажирів, набуті під час Пандемії, допомагають зробити аеропорти загалом набагато чистішими.

Отже, вихід із кризи COVID-19 повинен призвести до іншої економіки в галузі авіації. Все, що зараз роблять та робитимуть після цієї кризи авіакомпанії та авіаційні підприємства, повинно бути зосереджено на побудові більш рівних, інклюзивних та стійких економік, які б були більш стійкими до пандемій, змін клімату та багатьох інших глобальних викликів, з якими ми стикаємось.

Література

1. Долінце Б. Ковідом по авіації. Чи зможемо ми літати, як за старих часів - коли і куди захочемо. URL: <https://biz.liga.net/all/avto/opinion/kovidom-po-aviatsii-smojem-li-my-letat-kak-v-prejnie-vremena-kogda-i-kuda-zahotim> . (Дата звернення: 16.04.2021)
2. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 9 місяців 2020 року. URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/periodychna-informatsiya/> (Дата звернення: 17.04.2021)
3. Статистика Міжнародного аеропорту «Київ». Підсумки 2020 року. URL: <https://iev.aero/press-centre/stats>. (Дата звернення: 18.04.2021)
4. Голіч В. Літати по-новому. Що корисного можуть дати пасажиром карантинні зміни в авіації. URL: http://tvoemisto.tv/exclusive/skovani_kryla_yak_zminyuietsya_aviatsiyna_galuz_u_chas_pandemii_114150.html . (Дата звернення: 19.04.2021)
5. Аэропорт Львова оценил потери из-за запрета полетов в 50 миллионов в месяц. URL: https://biz.censor.net/news/3187891/aeroport_lvova_otsenil_poteri_izza_zapreta . (Дата звернення 18.04.2021)

СЕКЦІЯ 2. ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Модератор секції —

Шергіна Л. А., канд. екон. наук, доцентка

Барабаш В. І.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Оберемчук В. Ф.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Коронакриза стала викликом для компаній як в Україні, так і в усьому світі. Багатьом компаніям доводилося змінювати внутрішні процеси, деяким - скорочувати персонал, а деякі через карантин не боялися застосовувати нові технології. Експерти зазначають, що коронавірус не тільки впливає на глобальні компанії та малий бізнес, але і підриває існування багатьох стартапів. Однак деякі стартапи щасливіші, оскільки під час кризи можуть з'явитися нові можливості для розвитку. Впровадження електронної комерції та роботи на дистанції зайняло більше 10 років, і врешті-решт це сталося і стабілізувалось лише за 10 тижнів.

Метою даної роботи є висвітлення аспектів розвитку українських стартапів у період пандемії COVID-19.

Вважаємо, що на сьогодні ця тема набрала значної актуальності, адже багато українців стикнулося з труднощами під час пандемії. Насамперед постраждали проекти, що передбачають живе спілкування між людьми чи подорожі, – туризм, ресторанний бізнес, організація заходів, концертів та спектаклів тощо. Але частина компаній, навпаки, прискорили свій розвиток, адже усвідомлення того, наскільки неефективними вони були досі, стало драйвером позитивних змін всередині компанії. З огляду на все більшу ймовірність глобальної рецесії багато підприємств роблять усе можливе для адаптації й сподіваються пережити шторм. Але для спритних підприємців, які прагнуть інновацій, це – ідеальний час для початку власного бізнесу. Тож, якщо ви замислюєтесь над тим, як буде виглядати ваше життя після карантинних обмежень, не виключайте того, що ви станете самі собі босом.

Отже, нинішня пандемія викликала шквал інновацій: малий бізнес заповнює прогалини, залишені більшим бізнесом (наприклад, місцеві доставки їжі, коли супермаркети не можуть задовольнити попит), а інновації в бізнесі генерують нові послуги (наприклад, онлайн-курси). На нашу думку, стартап-бізнес є інноваційним, адже він швидко пристосовується до потреб та викликів, які з'являються щодня – саме те, що потрібно світу зараз.

Формування й розвиток стартапів в Україні сприяє:

- забезпеченню швидкого й якісного перетворення креативних ідей на інноваційні продукти та послуги;
- створенню сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшенню

кількості впроваджуваних розробок, підвищенню економічної віддачі від них, залученню інвестицій в інноваційну діяльність;

– підвищенню рівня інноваційності національної економіки.

З кожних 4 стартапів спостерігалось зниження доходів після початку кризи.

Кількість людей, які вирішили розпочати власну справу протягом першого місяця карантину, зменшилася з 5000 до 1600 нових осіб. Після першого послаблення, заявок на реєстрацію бізнесу ставало все більше і більше, таким чином і з 29 червня по 5 липня ця кількість досягла максимуму за тиждень - 6 134 підприємців, які зареєструвались згідно з економічною правдою, посилаючись на ресурс відкритих даних Opendatabot [2].

Вважаємо, що кожна криза створює можливості. Наприклад, більше половини компаній зі списку Fortune 500 почали діяльність під час економічних спадів, і, за даними проєкту Startup Genome, тільки під час Великої рецесії було створено понад 50 єдинорогів (стартап-компаній вартістю понад \$1 млрд). Коронавірусна криза не є виключенням: 12% стартапів спостерігали зростання доходів на 10% або більше від початку кризи, а 1 з кожних 10 стартапів створено в галузі, яка нині переживає зростання [1].

Серед українських стартапів найбільш переконливими є і ті, що «вистрелили» саме під час пандемії, хоч і розроблялися ще до її початку. Наприклад, застосунок Elomia, що допомагає людям боротись із депресією та тривогою, став особливо популярним в умовах вимушеної самоізоляції. Технологія базується на штучному інтелекті, навченому 20-ма професійними психологами, і вже користується попитом на ринку Великої Британії. Ще один вітчизняний стартап – портативний пристрій IOON, що здатний перетворювати звичайну воду на антибактеріальний санітайзер за допомогою особливої технології синтезу атомів срібла. Пройшовши через модель оцінки венчурних фондів із США, він отримав інвестиції у 25 000\$ від Українського фонду стартапів. Крім того, є і приклади успішних ініціатив, що з'явилися безпосередньо під впливом пандемії, як от онлайн-супермаркет FOODEX24, що починався як сервіс доставки товарів першої необхідності.

Для стартапів у сфері постачання товарів або послуг кінцевим споживачам імовірність належати до галузей, що переживають зростання, втричі вища, ніж для стартапів, які постачають продукти або послуги підприємствам[2].

Існує певна тенденція в типах підприємств, які зараз відкриваються та процвітають – хоча і в умовах пандемії, а не рецесії (поки що). Усі вони демонструють чітке усвідомлення, що саме потрібно потенційним клієнтам.

Визначили топ найкращих бізнес-ідей, які варто розпочати під час пандемії:

1. доставка їжі;
2. послуги дрібної експрес-доставки;
3. подарунки та предмети розкоші;
4. інтернет-навчання;
5. інтернет-продажі;
6. спеціалізовані, доступні та зрозумілі сервіси на кшталт аутсорс-бухгалтерії чи ІТ-розробки.

Вважаємо, що перевага цих бізнесів полягає в тому, що немає жодної причини,

щоб вони не продовжували успішно працювати, коли все закінчиться. Хоча після завершення пандемії деякі елементи життя нормалізуються, підприємства, які задовольняють потреби та перевершують очікування клієнтів, можуть сподіватися на постійний успіх в майбутньому.

Сумним фактом пандемії є те, що багато цінних працівників та фахівців залишаються без роботи. Для них це, звичайно, погана новина, але для підприємств – хороша, адже вони можуть скористатися та залучити в проєкт талановитих спеціалістів, які зазвичай недоступні. Фрілансери також є чудовим джерелом гнучких ресурсів під час спаду. Простіше кажучи, ви можете найняти кращих людей за прийнятну оплату, а також залучити їх до створення вашого бізнесу.

Сума венчурних інвестицій в українські технологічні компанії в 2020 році досягла рекордної цифри в \$ 571 млн, говориться в звіті AVentures Capital [3].

Більшість інвестицій в українські стартапи надходило від глобальних компаній, які розглядають Україну як країну для розташування R & D-офісів. У доповіді наголошується, що із загальної суми інвестицій в seed-раунді українські стартапи отримали \$ 42 млн інвестицій, а на етапі раунду А - \$ 119 млн.

Цікаво, що 62% всіх інвестицій в компанії з українським корінням за 2020 роки залучили 4 компанії: GitLab, Creatio, Restream і Airslate. Найбільш швидкозростаючим українським стартапом 2020 року стало Reface.io з 70 млн завантажень додатка з початку 2020 року [4].

Щодо стартапів, які у 2021 році отримали інвестиції та планують завойовувати нові ринки, удосконалювати продукти та масштабуватися:

Станом на 2021 рік вже деякі українські стартапи отримали інвестиції, ними стали: Augmented Pixels, Propertymate, Hirio, ChoiZy, Kivi та Careerist у добірці від Adsider [5].

Отже, наразі важко сказати, які саме стартапи, започатковані в період карантинних обмежень, зможуть отримати довготривале зростання та започаткують нові бізнес-моделі в світовій економіці, адже більшість із них здаються тимчасовою відповіддю на виклики пандемії, яка рано чи пізно має закінчитись.

Проте сам факт, що подібні ініціативи почали з'являтися в один із найважчих для бізнесу історичних періодів, свідчить про те, що будь-яка криза спонукає до інновацій, тоді коли вони найбільш необхідні.

Стартапи в сучасних умовах потребують належної уваги та підтримки з боку як держави, так і підприємств, які вже багато років працюють на українському ринку і мають бути зацікавленими у розвитку нових, сучасних проєктів. Ми вважаємо, що насправді зараз настав найбільш підходящий момент для інвестування в новий бізнес, з новими бізнес-моделями. Пандемія радикально змінює людські звички, саму структуру економіки. Ті підприємці, які зуміють першим осідлати хвилю змін отримають перевагу над своїми конкурентами. Зараз настав той час, коли як ніколи необхідно зібрати всі сили в кулак і працювати, аби досягти значних успіхів. Не бійтеся втілювати свої нові бізнес-ідеї і просити допомоги у інвесторів, аби дати шанс реалізувати їх, адже все у наших руках.

Література

1. Коронавірус vs IT: вплив пандемії на новітні технології у цифрах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <https://mind.ua/publications/20210453-koronavirus-vs-it-vpliv-pandemiyi-na-novitni-tehnologiyi-u-cifrah> (дата звернення: 18.04.2021).
2. Початок бізнесу на карантині у світі та в Україні. Чи дала коронакриза поштовх до прогресу. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL:
3. http://tvoemisto.tv/exclusive/pochatok_biznesu_na_karantyni_u_sviti_ta_v_ukraini_chy_dala_koronakryza_poshtovh_do_progresu_112770.html (дата звернення: 18.04.2021).
4. Вдалий старт: чому пандемія – трамплін для злету нових бізнес-ідей. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL:
5. <https://mind.ua/openmind/20220741-vdalij-start-chomu-pandemiya-tramplin-dlya-zletu-novih-biznes-idej> (дата звернення: 18.04.2021).
6. Українські стартапи залучили рекордні \$ 571 млн інвестицій в 2020 році . [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <https://tech.liga.net/technology/novosti/ukrainskie-startapy-privlekli-rekordnye-571-mln-investitsiy-v-2020-godu> (дата звернення: 18.04.2021).
7. Легкий старт: 6 українських стартапів, які отримали інвестиції в 2021 році. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: URL: <https://adsider.com/ua/lehkyi-start-6-ukrainskykh-startapiv-iaki-otrymaly-investytsii-v-2021-rotsi/> (дата звернення: 18.04.2021).

Варшава Д. В., Жеребко Є. Ю.

073 «Менеджмент», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Ямненко Г. Є.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Розвиток підприємств значно залежить від врахування ризику в їх діяльності. Сучасні умови господарювання спричиняють виникнення різноманітних ризиків у діяльності підприємств. COVID – 19 – це одночасно глобальна криза охорони здоров'я та міжнародна економічна загроза. На індивідуальному рівні групи працівників, які постраждали від змін в режимі, були перетворені відразу в (а) «працюючих на вдома» працівників, (б) «необхідних» або «життєзабезпечуючих» працівників (наприклад, медичний персонал відділення невідкладної допомоги та персонал супермаркету), або (с) звільнені працівники, які шукають роботу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному світі багато вчених досліджують питання виокремлення, оцінки та аналізу ризиків у діяльності підприємств, а саме: В.В. Лакіза [1], Н.Е. Чекалова [2], В.Д. Данчук [5], В.В. Немченко [6], С.М. Нескородєв [7]. Кожне підприємство стикається з власним набором загроз, що відрізняється залежно від діяльності, навколишнього середовища. Необхідно їх ідентифікувати, проаналізувати, а потім підбирати відповідні методи боротьби з ними. Важливо враховувати не лише зміни в економіці України, але й вивчати досвід європейських країн з управління ризиками.

Також не менш актуальними є статті, розміщені на електронних ресурсах, стосовно останніх подій, які відбуваються у світі: «Економічна правда»: Якого впливу від

коронавірусу очікує український бізнес — опитування [10]; Pro-Consulting «COVID-19: наслідки для ключових галузей економіки» [11].

Мета цього дослідження полягає в аналізі можливих ризиків пандемії. Також надані рекомендації стосовно зниження ризиків, описані стратегії дії керівництва підприємств.

У представленому аналізі фокусується увага на актуальності ризиків, пов'язаних з COVID-19 і змін для працівників, робочих місць і виробничої практики. Американська торговельна палата в Україні разом з компанією-членом Палати «Делойт» провела опитування «Вплив COVID-19 на бізнес в Україні: 6 місяців карантину». В опитуванні взяли участь 100 представників із 94 компаній-членів Американської торговельної палати в Україні. Майже половина респондентів опитування - це керівники компаній (49%). Загалом серед респондентів - 86% керівників найвищої ланки. у 50% компаній-респондентів зменшився дохід через пандемію і викликані нею наслідки; у 77% кількість співробітників за останні пів року не змінилася; у 61% заробітна плата залишилася без змін. [8, с.2-3]

Ризик прийнято розглядати як ситуацію, вірогідність чи подію. Водночас ризик – це ймовірність відхилення наявного результату від очікуваного [3, 4].

Передумовами ризику є наявність невизначеності та прийняття рішення підприємства. Під час прийняття рішення у керівника виникає два альтернативні варіанти – ризикований і надійний, який гарантує збереження досягнутих результатів, тому ризики можна класифікувати за багатьма факторами.

Найбільш необхідними заходами щодо підтримки працівників у період COVID-19 [9] :

- обмеження бізнес-поїздок (89%)
- забезпечення віддаленої роботи (87%)
- забезпечення безпеки офісу, зокрема антибактеріальними засобами (91%)
- одноразовим посудом та термометрами (82%)
- також надання працівникам актуальної інформації та порад (81%)

Вплив COVID - 19 варіюється в залежності від типу бізнесу, причому найбільш постраждали такі категорії: особисте обслуговування, готельний бізнес і роздрібна торгівля. Чим менше компанія, тим сильніше удар, причому найбільше постраждали підприємства з кількістю співробітників менше 20 тому, що малому бізнесу, зазвичай, не вистачає грошових потоків і капіталу. Ці компанії першими скоротили кількість робочих годин або звільнили співробітників та припинили наймати субпідрядників.

Всі організації повинні використовувати основні принципи управління ризиками для визначення шляху подолання пандемії COVID - 19 і мінімізації довгострокових негативних наслідків. Незалежно від того, чи є надійна програма управління корпоративними ризиками (ERM) чи ні. Принципи, які сформулювали, базуючись на дослідженнях останніх публікацій, можуть допомогти подолати цю кризу і вийти за її межі:

По перше, визначте ризики компанії. Організації використовують ризик-менеджмент для «передбачення непередбачуваного» . Для визначення ризиків (і можливостей), пов'язаних з пандемією, вкрай важливо спочатку визначити, які ці ризики. Дійсно, виняткові обставини, пов'язані з COVID-19, можливо, виявили ризики, які ще не розглядалися, або, можливо, наповнили раніше виявлені ризики новими можливими наслідками. Як би там не було, перш ніж рухатися в будь-якому одному напрямку, потрібно перерахувати ризики, з якими компанія може зіткнутися протягом наступного місяця, трьох місяців, шести місяців, дев'яти місяців і року.

Не менш важливо враховувати всі види ризиків – в тому числі операційні, стратегічні, фінансові та репутаційні: зібрати інформацію з усіх рівнів співробітників і від зацікавлених сторін (клієнтів, постачальників і т. д.) - вони можуть бути в змозі

визначити ризики, які раніше не були помітними.

Третій принцип – люди на першому місці. Оскільки, кістяк будь-якої організації лежить в її людях. Сьогодні люди напружені, втомлені, налякані і зайняті своїми проблемами. Організаційні ризики, пов'язані з неправильним управлінням співробітниками в цей час, можуть бути значними. Мета забезпечення безперервності бізнесу через систему управління ризиками, щоб бізнес зміг пережити критичний інцидент. Система складається з серії планів, реалізованих поетапно, щоб скоротити час відновлення і пом'якшити вплив.

Пандемія COVID - 19 принесла швидко мінливі і несподівані змінні, причому деякі з існуючих кризових планів і команд не були готові впоратися. Проте багато компаній успішно розробили плани управління інцидентами, характерні для цієї кризи, і тепер успішно рухаються вперед. Що особливо необхідно зробити зараз: розробіть план антикризового управління, щоб мобілізувати свої відповідні зусилля відразу ж після кризи. У міру стабілізації та зміщення фокусу на те, як повернути людей до роботи, необхідно оцінити зусилля організації з реагування на сьогоднішній день і визначити області для коригування курсу в режимі реального часу.

Висновки. Сучасні методи управління ризиками підприємств дозволяють практично повністю вберегти бізнес від негативних наслідків, але успіх системи управління багато в чому залежить від уміння адекватно і швидко оцінювати зміни умов діяльності підприємства і користуватися набором прийомів, спрямованих на прогнозування настання ризиків і своєчасного вжиття заходів щодо їх запобігання або усунення.

Література

1. Лакіза В.В. Ризик регулювання у процесі планування виробничо-господарської діяльності підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2015. № 819. С. 58–65.
2. Чекалова Н.Е. Особливості планування діяльності підприємства в умовах невизначеності та ризику. Бізнес-навігатор. 2014. № 2(34). С. 223–230.
3. Свідерська А. Поняття та класифікація ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Галицький економічний вісник. 2014. Т. 46. № 3. С. 113–121.
4. Нескородев С.М., Грачова О.О. Дослідження сутності управління фінансовими ризиками підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 47. С. 132–136
5. Дослідження синергетичної природи механізмів формування кривої ризику підприємницької діяльності / М. В. Данчук, Л. С. Козак, А. П. Кравчук // Вісник [Національного транспортного університету]. - 2012. - № 25. - С. 383-394
6. Немченко В.В., Зеленьак В.В. Ризики інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. Економіка харчової промисловості. 2015. Т. 7. Вип. 4. С. 73–79
7. Нескородев С.М., Грачова О.О. Дослідження сутності управління фінансовими ризиками підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 47. С. 132–136.
8. Результати другого опитування щодо впливу covid-19 на бізнес в Україні. Deloitte.2019 https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/Press-release/Ukraine_Covid-19_Business_Impact_pt2_UA_final.pdf
9. Мінфін «Як український бізнес оцінює ризики коронавірусу й захищає працівників (опитування)» <https://minfin.com.ua/ua/2020/03/13/41848891/>

10. Економічна правда «Якого впливу від коронавірусу очікує український бізнес-опитування» <https://www.epravda.com.ua/news/2020/03/13/658054/>, 13.03.2020

11. Експерти Pro-Consulting (Скибчук А., Мокряков А., Андріяш В.) «COVID-19: наслідки для ключових галузей економіки України» <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/covid-19-posledstviya-dlya-klyuchevykh-otraslej-ekonomiki-ukrainy> 27.03.2020

Колосова В. С., Сидоренко А. С.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Оберемчук В. Ф.

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

В умовах COVID-19, більшість малих підприємств не мають достатніх ресурсів, у тому числі фінансових, для забезпечення стабільних операцій або протистояння примусовому закриттю, щоб не збанкрутувати. А тому це може погіршити стан економіки в цілому, адже підприємства функціонують не повною мірою.

Епідемія COVID-19 глибоко вплинула на світ та багато національних економік. Протягом кількох місяців це змінило встановлений світовий порядок, порушило макроекономічну стабільність, загрожувало життю та здоров'ю населення світу та вплинуло на переважну більшість різних сфер життя. Обмежувальні карантинні заходи для боротьби з розповсюдженням хвороби стали лише проблемою для національних урядів та громадян, а також бізнесу. Роботодавцям довелося адаптуватися до карантину, спричиненого пандемією, порушеною макроекономічною стабільністю та економічною кризою. Пошук нового підходу до управління робочим часом був для них справжнім викликом. Традиційно сектор малого бізнесу вразливіший до зовнішніх шоків, ніж середні та великі підприємства. Тому тема дослідження є актуальною.

Методи дослідження. Порівняльний аналіз, статистичний метод, метод синтезу та обробки.

Огляд фахової літератури. Проблема ефективного функціонування малих підприємств присвячено роботи таких науковців О.М. Варченко, А.С. Даниленко, А.І. Кредісова, С.А. Ушацький, В.М. Погорельцев, О.М. Костюк та інші.

За статистичними даними Укрстату [1] та громадських організацій, які охоплювали усі види підприємств, через вплив COVID-19 41% підприємств не відчули суттєвих змін і змогли обійтися лише впровадженням додаткових заходів безпеки. Проте в опитуванні [10] не були враховані розміри та сфера діяльності підприємств. Великі підприємства (58%) завдяки більшим можливостям і, відповідно, більшому запасу міцності, тобто налагодженим партнерським стосункам, можливості без зайвих клопотів отримати кредити у банках, фінансовому резерву тощо не відчували значного впливу карантинних заходів. Середні підприємства переважно (59%) скоротили виробництво, втратили деяку частину партнерів, проте гнучкість майже половини з них забезпечила їм найменшу частку зупинених підприємств (7%). А от найбільша частка підприємств, які спинили свою роботу, припадає на малі та мікропідприємства (35%). З цього можна зробити висновки, що менші підприємства зазнали більшого негативного впливу від COVID-19 і заходів, прийнятих урядом у зв'язку з пандемією. Ще одне дослідження було

проведене Європейською бізнес-асоціацією, яке було спрямоване саме на стан мікро- та малих підприємств на тлі заходів, пов'язаних із запобіганням поширенню COVID-19. Результати опитування можна побачити на рисунку 1.

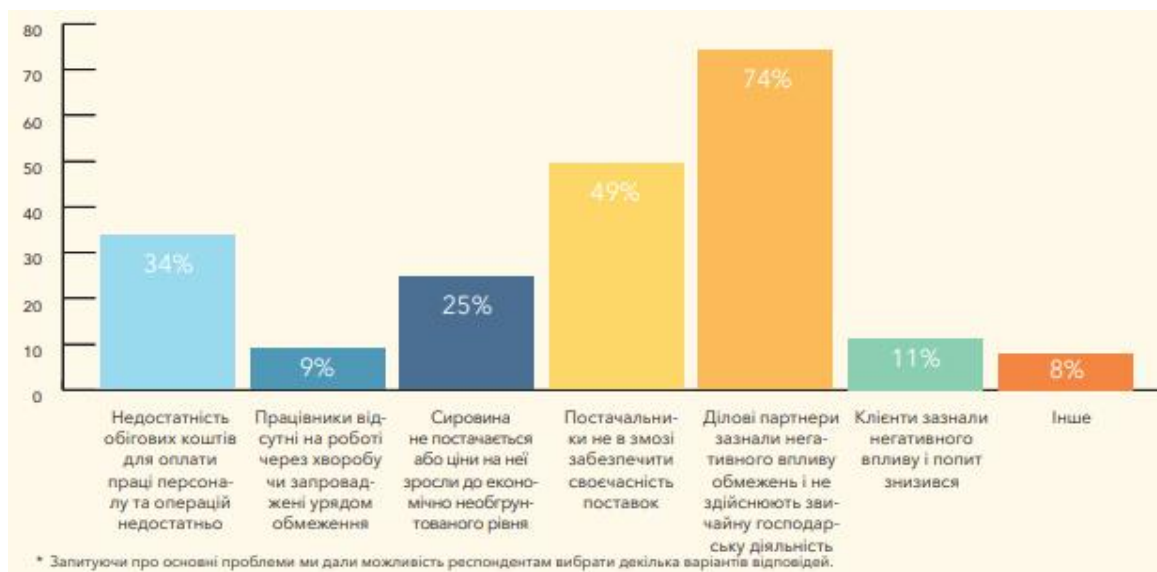


Рисунок 1. Вплив пандемії на мікро- та малі підприємства [10]

За результатами опитування Європейської бізнес-асоціації кожен п'ятий малий бізнес в Україні опинився під загрозою закриття [2]. Відповідно до оприлюднених даних, станом на 27 квітня 2020 року в Україні через заборону призупинили діяльність 277 тис підприємств [1], і їх кількість із кожним днем продовжує зростати.

Зокрема, в Україні за останній час запроваджено такі програми: «Підтримка малого і середнього бізнесу»; «Підтримка агробізнесу»; «Інформаційна підтримка бізнесу»; «Податкові преференції»; «Кредитні канікули».

Результати дослідження. Таким чином, на законодавчому рівні концепція часткового безробіття на період карантину та на період карантину відповідно до процедури надання та відшкодування коштів для фінансування допомоги по частковому безробіттю, встановленого Кабінетом Міністрів України з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, від 22 квітня 2020 р. № 306 [4], із подальшими змінами, власникам малого бізнесу, які мають найманих працівників, надається допомога з часткового безробіття. Щоб отримати допомогу, необхідно звернутися до центру зайнятості за місцем реєстрації підприємця як платника ЄСВ та подати необхідні документи.

Під час карантинного періоду в підтримку бізнесу були внесені деякі податкові зміни, а саме обмеження більшості штрафів, накладених за порушення податкового законодавства, продовження річної декларації про податки на майно та прибуток та усунення апеляцій проти регуляторних рішень.

Національний банк, ураховуючи наслідки пандемії COVID-19, тимчасово ввів особливі правила застосування вимог Положення № 351 «Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» [2]. Як результат, позики, видані з 1 березня 2020 року та реорганізовані до кінця вересня 2020 року, вважаються предметом певних ознак дефолту.

Динаміка подолання COVID-19 у країнах світу та відносно низький рівень захворюваності у більшості регіонів країни дозволили поступово скасувати карантинні обмеження. Однак, незважаючи на карантин та подальше послаблення, заходи всіх країн світу, включаючи Україну, не призвели до його скасування.

Зараз в Україні відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 22 липня 2020 р.№ 641 «Про встановлення карантину та запровадження посилених протиепідемічних заходів на території зі значним поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» [3] залежно від епідемічної ситуації в регіоні або окремих адміністративно-територіальних одиницях регіону встановлюється «зелений», «жовтий», «помаранчевий» або «червоний» рівні епідемічної небезпеки поширення COVID-19, відповідно до яких вводяться строгіші чи м'якші карантинні обмеження.

Однак існують напрями діяльності на які пандемія вплинула позитивно зокрема (табл.1):

Таблиця 1 — Види діяльності, на які вплинула пандемія

Напрями діяльності МП, які втратили актуальність за умов пандемії	Види діяльності МП, які набули розвитку під час пандемії
Оффлайн навчання	Послуги онлайн-навчання, індивідуальне навчання та особисте навчання
Покупки товарів оффлайн (одяг, взуття, косметика, ювелірні вироби, тощо.)	Послуги телемережевої роботи (телефонія, робота в команді, внутрішня CRM тощо)
Ресторани, які працюють не на виніс, без доставки	Доставка їжі та предметів першої необхідності
Перевезення пасажирів, пов'язане з туризмом та розвагами	Інтернет-продаж товарів (одяг, взуття, косметика, ювелірні вироби, тощо.)

Джерело: розроблено авторами.

Незважаючи на складну економічну ситуацію для малого бізнесу через COVID-19, ми вважаємо, що навіть за цих обставин малому бізнесу потрібно процвітати та рости, оскільки малий бізнес є найбільш гнучким, творчим сектором економіки, який може швидко реагувати на зміни обставин.

Тож підтримка бізнесу в Інтернеті стає сьогодні пріоритетом. Це розвиток та обслуговування інтернет-магазинів, оскільки продавці повинні продавати свою продукцію, а покупці - продавати. Послуги доставки також істотно еволюціонували в період коронавірусу, у так званому самостійному малому бізнесі, який лише збільшував дохід під час карантину.

Вважаємо, що компаніям варто не припиняти свою діяльність спочатку, а почати поводитися в Інтернеті та активно рекламувати (наприклад, якщо магазин був закритий через карантин, магазин опублікує оголошення про продовження роботи в Інтернеті із зазначенням місця розташування і необхідна доставка товару замовнику).

По-друге, організація доставки товару покупцеві (це можна зробити як за допомогою послуг спеціальних агентств, так і шляхом організації власної доставки).

Ми вважаємо, що для того, щоб бути стійкими до пандемії, малому бізнесу потрібно подолати ряд очевидних суперечностей, які порівнюють ефективний дизайн із

адаптацією до мінливих обставин (наприклад, наявність лідерів, які можуть дати людям надію та відчуття організації культури, яка цінує дисципліноване планування, стимулює інновації, ретельне планування та прийняття рішень, ефективно структурована та одночасно враховує потенційні ризики, наявність команди, здатної розпізнавати та інтегрувати закономірності, розуміючи хаотичну ситуацію з вражаючими змінами як ситуація розвивається).

Висновки. В результаті нашого дослідження ми виявили сектори малого бізнесу, які збільшили свої активи під час карантину, насамперед ІТ-компанії, які надають послуги з розробки веб-сайтів, Інтернет-магазини, управління контентом тощо.

Малий бізнес розвивається і сьогодні, і це не епідемія коронавірусу, тому що ті, хто хоче працювати, приймають умови, аналізують їх, знаходять шляхи подальшого розвитку та процвітання.

Ми вважаємо, що подальші перспективи дослідження повинні бути зосереджені на вивченні статистики захворюваності шляхом сприяння або поглиблення заходів щодо коронавірусу та їх впливу на динаміку розвитку малого бізнесу. Для більш ретельного вивчення проблеми та найбільш ефективного вирішення проблем малого бізнесу необхідно залучити експертів та науковців.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html
2. Зміни до Постанови Кабінету Міністрів України від 7 лютого 2018 р. № 107 : Постанова Кабінету Міністрів України від 20 травня 2020 р. № 395. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/395-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 05.05.2021).
3. Про встановлення карантину та запровадження посилених протиепідемічних заходів на території з значним поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 : Постанова Кабінету Міністрів України від 22 липня 2020 р. № 641. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vstanovlennya-karantinu-ta-zapr-641> (дата звернення: 05.05.2021).
4. Порядок надання та повернення коштів, спрямованих на фінансування допомоги по частковому безробіттю на період карантину, встановленого Кабінетом Міністрів України з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/306-2020-%D0%BF#n8> (дата звернення: 05.05.2021).
5. Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : Положення НБУ № 351, зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#n33> (дата звернення: 05.05.2021).
6. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями : Постанова НБУ № 351 від 30 червня 2016 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/PB16098.html (дата звернення: 05.05.2021).
7. Про особливості застосування вимог Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями у зв'язку із запровадженням обмежувальних заходів : Постанова Правління НБУ №39 від 26

березня 2020 р. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_26032020_39 (дата звернення: 05.05.2021).

8. Аналітики порахували втрати малого та середнього бізнесу через карантин. URL: <https://zaxid.net/news/>

9. Ворфоломеев А.В. Вплив COVID-19 на українські виробничі підприємства та допомога у відновленні нормальної роботи: звіт за результатами опитування Центру ресурсоефективного та чистого виробництва. Київ : Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2020. 24 с.

10. Опитування - https://fru.ua/images/doc/analitics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf

Кошель А. Г.

*076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 1 курс магістратури
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – доц. Дмитренко А. І.*

СПЕЦИФІКА АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Проведення аналізу ефективності діяльності підприємства – це можливість підприємства вчасно виявити свої «слабкі місця», оцінити ризики та спрогнозувати подальше функціонування підприємства. Формування адекватного набору аналітичних показників – невід’ємна складова даного аналізу. Проте задля отримання об’єктивних результатів у процесі аналізу мають використовуватися показники, які здатні врахувати особливості галузі, в якій функціонує підприємство. Зазначене актуалізує питання наукового пошуку показників для проведення діагностики ефективності діяльності підприємств лісового господарства.

Мета дослідження полягає у ідентифікації сукупності індикаторів ефективності функціонування вітчизняних підприємств лісового господарства. У процесі підготовки було виявлено та проаналізовано наявні у науково-практичній літературі специфічні показники оцінювання ефективності діяльності лісових господарств, серед яких: рентомісткість, рентовіддача, рентабельність ренти, прибуток та дохід на одиницю лісозаготівлі. Зроблено висновок, що наведені індикатори уможливають адекватне оцінювання ефективності експлуатації лісових ресурсів, що, своєю чергою, дозволяє діагностувати ефективність діяльності підприємства у цілому та рівень його конкурентоспроможності.

В основу дослідження покладено сукупність гносеологічних підходів, логічних законів побудови висновків, загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, що безпосередньо зумовлені метою цього дослідження, а також на загальних методах аналізу і синтезу, ідентифікації й формалізації, класифікації й систематизації та узагальнення.

Огляд фахової літератури свідчить про те що, проблематика діагностування ефективності підприємств лісового господарства опрацьовувалася у вітчизняній літературі лише такими науковцями як О.М. Дзюбенко та А.М. Лисичко. А саме О.М. Дзюбенко було розроблено методологічні положення економічного аналізу та

фінансового потенціалу лісогосподарських підприємств. А.М. Лисичко у своїх роботах удосконалила аналітичні процедури оцінювання ефективності використання лісових ресурсів у частині рентних платежів [3].

Результати дослідження. Україна, зважаючи на площі лісів та запаси деревини, на сьогоднішній день вважається державою з дефіцитом лісових ресурсів. За прогнозами експертів, задля досягнення оптимального показника лісистості (20%) в країні варто забезпечити створення більше 2 млн га нових лісів [1]. Впродовж останніх років вітчизняним лісовим господарством щороку генерується лише 0,26-0,37% ВВП України. Проте варто зауважити, що лісові господарства є «відповідальними» платниками податків і зборів, та щороку сплачують до Державного бюджету України понад 3 млрд грн. [1]

Підприємства лісового господарства мають свої специфічні ознаки, серед яких варто виділити державну форму власності, а також галузеву специфіку, пов'язану з використанням природних ресурсів. Така специфіка унеможливорює використання «стандартизованого» підходу до проведення економічного аналізу діяльності підприємства, тобто визначає особливості економічного аналізу підприємств лісового господарства як системи формування інформаційного забезпечення управління лісогосподарською діяльністю та оцінювання причинно-наслідкових зв'язків основних показників [2].

По-перше, аналіз діяльності державних підприємств лісового господарства фахівці в даній сфері радять проводити за наступними напрямками: економічна ефективність (аналіз фінансових результатів, які безпосередньо впливають на соціальну ефективність (соціальна захищеність працівників, співпраця підприємства з громадою і тд); екологічна ефективність (аналіз витрат, віднесених на заходи екологічного характеру) [3].

А.М. Лисичко у своїх роботах особливу увагу приділяє питанню лісової ренти¹: «лісова рента є особливим об'єктом управління лісогосподарським комплексом України у цілому та лісогосподарськими підприємствами зокрема» [4]. На думку дослідниці саме лісова рента здатна надати аналітичну оцінку основному ресурсу підприємств лісової галузі – лісовим ресурсам. Вченою вперше було розроблено та запропоновано аналітичні показники щодо рентних платежів: рентомісткість, рентовіддача, рентабельність ренти [4]. Надалі такий перелік був дещо розширений Мельником І.М., який у своїй роботі наголосив на важливості таких показників як: прибуток на одиницю лісозаготівлі, дохід на одиницю лісозаготівлі [3]. Детальна характеристика аналітичних показників ефективності підприємств лісового господарства відображено у табл. 1.1.

Висновки та пропозиції. Як бачимо, дані показники враховують специфіку діяльності та надають можливість провести експрес-оцінювання ефективності діяльності лісових господарств. Використання суми сплачених рентних платежів, у даному випадку, варто розглядати як один з елементів собівартості продукції. Тобто,

¹ Згідно податкового кодексу України, платниками рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів є лісокористувачі - юридичні особи, їх філії, відділення, інші відокремлені підрозділи, що не мають статусу юридичної особи, постійні представництва нерезидентів, які отримують доходи з джерел їх походження з України або виконують агентські (представницькі) функції стосовно таких нерезидентів або їх засновників, фізичні особи (крім фізичних осіб, які мають право безоплатно без видачі спеціального дозволу використовувати лісові ресурси відповідно до лісового законодавства), а також фізичні особи - підприємці, які здійснюють спеціальне використання лісових ресурсів на підставі спеціального дозволу (лісорубного квитка або лісового квитка) або відповідно до умов договору довгострокового тимчасового користування лісами. [6, ст. 256]

даний показник здатний продемонструвати нам чи ефективно підприємство використовує, надані в його розпорядження, лісові ресурси.

Таблиця 1 — Характеристика аналітичних показників ефективності підприємств лісового господарства

Показник	Характеристика	Розрахунок
Прибуток на одиницю лісозаготівлі	Показник прибутку, що припадає на одиницю лісогосподарської продукції	$\Pi(\text{од}) = \frac{\Pi}{O},$ де $\Pi(\text{од})$ – прибуток на одиницю лісозаготівлі; Π – прибуток отриманий за аналізований період; O – обсяг лісогосподарської продукції в натуральних одиницях
Дохід на одиницю лісозаготівлі	Показник доходу, що припадає на одиницю лісогосподарської продукції	$D(\text{од}) = \frac{D}{O},$ де $D(\text{од})$ – дохід на одиницю лісозаготівлі; D – дохід отриманий за аналізований період
Рентомісткість	Показує частку сплачених рентних платежів у структурі собівартості лісогосподарської продукції	$P(\text{м}) = \frac{P_{\text{л}}}{C_{\text{б}}},$ де $P(\text{м})$ – рентомісткість; $P_{\text{л}}$ – рента за спеціальне користування лісовими ресурсами; $C_{\text{б}}$ – собівартість лісогосподарської продукції
Рентовіддача	Показує, яка сума доходу припадає на 1 грн сплачених рентних платежів	$P(\text{в}) = \frac{D}{P_{\text{л}}},$ де $P(\text{в})$ – рентовіддача;
Рентабельність ренти	Показує, яка сума прибутку припадає на 1 грн сплачених рентних платежів	$P(\text{р}) = \frac{\Pi}{P_{\text{л}}},$ де $P(\text{р})$ – рентабельність ренти

Джерело: складено на основі [3], [4], [5]

На нашу думку, згадані вище показники варто застосовувати у комплексі з універсальним набором індикаторів економічної діяльності. Адже лише в цьому випадку можливо надати об'єктивну оцінку ефективності діяльності підприємства, зважаючи на специфіку галузі та визначити конкурентоспроможність підприємства як на галузевому, так і на глобальному ринку.

Література

1. Ринок деревини [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cutt.ly/Avm7Ktu>.
2. Прокопенко Ж. В. Механізм формування аналітичного забезпечення управління діяльністю лісогосподарських підприємств [Електронний ресурс] / Ж. В. Прокопенко, І. М. Мельник // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/221908>.
3. Мельник І. М. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ [Електронний ресурс] / Ірина Миколаївна Мельник // Економічний простір. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/460/448>.
4. Лисичко А.М. Економічний аналіз лісогосподарської діяльності : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.09. Житомир, 2018. 246 с.

5. Лисичко А. М. Розвиток методики економічного аналізу ефективності рентних відносин у лісовому господарстві [Електронний ресурс] / Андріяна Михайлівна Лисичко // «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/127342>.

6. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] // Закон України: від 02.12.2010 № 2755-VI. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>

Подольан Т. В.

051 «Економіка», 1 курс магістратури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник - доц. Шергіна Л. А.

РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні економічні умови, у яких працюють підприємства характеризуються динамічністю та невизначеністю функціонування. Одним із факторів, який дає можливість підприємству залишатися стійкими та сприяти посиленню конкурентних позицій, є правильно сформульована та обґрунтована стратегія розвитку. Стратегія розвитку підприємства має містити не лише сформовані дії для її реалізації, а й передбачати можливі загрози, щоб мати можливість ефективно реагувати на нові умови. Актуальність теми полягає в тому, що ефективна конкурентна стратегія розвитку забезпечує розвиток усіх стратегічних напрямів діяльності підприємства в умовах інтенсивного розвитку економіки та забезпечує стійкість та конкурентоспроможність у середовищі функціонування.

Мета полягає в дослідженні теоретичних аспектів, узагальненні підходів до формування та обґрунтування конкурентної стратегії розвитку підприємства задля забезпечення ефективності діяльності.

Методами дослідження є широко застосовувані у економічній літературі методи вивчення: абстрактно-логічний, статистично-економічний, системного аналізу.

У літературних дослідженнях велика увага приділяється дослідженню конкурентних стратегій розвитку підприємства, адже дане питання відрізняється багатогранністю і особливою складністю. Конкурентні стратегії розвитку підприємства досліджували такі вчені: М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоурі (розглядали стратегію розвитку підприємства засобом досягнення певних цілей підприємства, а також планом чи моделлю його дій), Р.Чандлер (вбачав у стратегії розвитку групу правил, які є враховуються при прийнятті рішень) та О.Віханський (досліджував стратегію розвитку з точки зору діяльності підприємства у конкурентному середовищі, реалізації інтересів стейкхолдерів, покращення конкурентоспроможності підприємства) та інші.

Одним із науковців, які зробили значний внесок у дослідження стратегії розвитку підприємства, був М.Портер. М.Портер визначив конкурентну стратегію як ділову стратегію підприємства, основою якої є конкурентні переваги [1]. Схожу точку зору має П.Смоленюк, який вказує, що конкурентною стратегією підприємства є можливість

реалізації стійких конкурентних переваг та потреб споживачів більш ефективним способом, ніж конкуренти [2].

Отже, правильно сформульована конкурентна стратегія підприємства дозволяє визначити спосіб конкуренції на ринку, де функціонує підприємство, методи боротьби з конкурентним тиском та способи переважання над конкурентами.

Доцільно також охарактеризувати сутність поняття «конкурентні переваги підприємства». На думку Д.Доц і В.Ліпінського, конкурентними перевагами є унікальні активи, якими може керувати підприємство, а також певні сфери діяльності, які є надзвичайно важливими для стратегічної діяльності підприємства та допомагають у конкурентній боротьбі на ринку [3]. Також варто зауважити, що підприємство може володіти конкурентними перевагами лише тоді, коли його рентабельність вища середньої у галузі чи сегменті ринку.

Конкурентні переваги підприємства можуть бути дуже різноманітними, проте найчастіше виділяються наступні: економія на масштабі, вдосконалення технології виробництва товару, автоматизація виробництва, територіальне розташування підприємства, економія витрат за рахунок проведення навчання співробітникам, наявність урядових пільг тощо.

Конкурентоспроможність підприємства, за Р.Лупаком, є відносною характеристикою, яка відображає суттєві відмінності розвитку одного підприємства від конкурентів на основі критерію задоволення потреб клієнтів та ефективністю діяльності [4]. Забезпечення конкурентоспроможності передбачає реалізацію комплексної стратегії розвитку підприємства, яка одночасно враховує усі функціональні напрями діяльності підприємства, задля формування відповідного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності.

Розробка конкурентної стратегії розвитку вимагає постійного стратегічного аналізу зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на підприємство та не взаємопов'язані з внутрішніми перевагами чи недоліками досліджуваного підприємства. Конкурентна стратегія підприємства формується для визначення ініціатив, які використовуються для розширення нових груп клієнтів, способів ведення конкурентної боротьби та розширення частки ринку [5]. Проте, надзвичайно важливим є врахування ресурсного забезпечення, відповідність стратегічним намірам та можливості реалізації обраної конкурентної стратегії.

У економічній літературі є велика кількість класифікацій конкурентних стратегій підприємства за різними ознаками. На рис.1 наведено найбільш відомі класифікації.

Можна зробити висновок, що у економічній літературі немає єдиної класифікації конкурентної стратегії для підприємства, оскільки, навіть для окремих підрозділів чи груп товарів одного підприємства, можуть бути актуальними різні конкурентні стратегії. Тобто, підприємство має адаптувати конкурентну стратегію відповідно до її галузі функціонування, цілей, наявних можливостей та ресурсів, а також чітко виокремити власні конкурентні переваги та обрати найбільш ефективну конкурентну стратегію чи комплекс конкурентних стратегій.

Варто зазначити, що процес формування конкурентної стратегії складається із декількох етапів та інструментів, тому багато науковців досліджували це питання. До прикладу, В.Василенко та Т.Ткаченко вважають, що формування конкурентної стратегії відбувається на завдяки таким етапам: фіксації продуктового портфелю, вибору базової конкурентної стратегії, прийняттю рішень щодо реалізації обраної стратегії [9].

О.Дуброва вважає, що серед етапів конкурентної стратегії варто виділяти наступні дії: формування цілей, аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, встановлення мети та завдань, дослідження альтернатив і, врешті, реалізація стратегії [10].

Ознака та автори стратегії	•Види конкурентних стратегій
Конкурентна перевага фірми на ринку, М.Портер [1]	- створення високого іміджу; - стратегія цінового лідерства; - стратегія фокусування.
Джерело конкурентної переваги фірми, І.Ансофф [6]	- стратегія максимізації ринкової частки; - стратегія диференціювання ринку (ринкової ніші); - стратегія росту, яка забезпечує майбутній розвиток.
Конкурентні позиції та маркетингові спрямування, Ф.Котлер [7]	- стратегія ринкового лідера; - стратегія фірми-челенджера; - стратегії фірми-послідовника; - стратегії фірм-нішерів
Стратегічний профіль фірми, Д.Хулей, Д.Лінч та Д.Джоббер [8]	- стратегія агресорів; - стратегія фірм, які займають сегменти з найкращими позиціями; - стратегія «середніх» фірм; - стратегія фірм, які займають сегменти з високою цінністю; - стратегія оборонців

Рисунок 1 – Найбільш поширені класифікації конкурентних стратегій
Джерело: складено автором.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що конкурентна стратегія розвитку підприємства має певні риси та обирається після усіх етапів її розробки та формування. Також варто зазначити, що вибір стратегії залежить від певних факторів, таких як цілі підприємства, пріоритети, наявні фінансові ресурси, розміри підприємства та його потенціал. Підприємство, у сучасних умовах функціонування, може ефективно функціонувати на ринку лише за умови постійного розширення власних конкурентних переваг та підвищення власної конкурентоспроможності.

Література

1. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов; 2-е изд.; пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 1–74.
2. Смоленюк П.С. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства // Інноваційна економіка. – 2012. - № 3 (29). – с.86-93.
3. Д.Ю., Ліпінський В.М. Стратегічне забезпечення конкурентоспроможності підприємства // Наук. Вісник НЛТУУ: Зб. наук.-техн. Праць – Львів: НЛТУУ. – 2007, вип. 17.5. – С.136-138.
4. Лупак Р.Л. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин // Наук. Вісник НЛТУУ: Зб. наук.-техн. Праць – Львів: НЛТУУ. – 2010, вип. 20.6. – С.248 – 252.

5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии : [учеб. пособ. для студ.] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; пер. с англ. – М. : Банки и биржи ; ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
6. Ansoff, I. Strategies for Diversification. Harvard Business Review, 1957. Vol. 35 Issue 5. P. 113-124.
7. Kotler P., Armstrong G., Wong V., Saunders J. Marketing defined. Principles of marketing. Financial Times Press. 2008. 1020 p.
8. Hooley G. J., Lynch J. E., Jobber D. Generic Marketing Strategies // International Journal of Research in Marketing. 1992. Vol. 9. 1. P. 75–78.
9. Василенко В.І. Стратегічне управління підприємством : [навч. посіб.] / В.І. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 356 с.
10. Дуброва О.С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства / О.С. Дуброва // Ефективна економіка. – 2010. – № 8 [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?Operation=1&iid=332>.

Рубаник А. О.

*ОПП «Економіка підприємства», 2 курс бакалаврату,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – доц. Терентьєва О. В.*

РОЛЬ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ У ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Акціонерні товариства завжди відігравали важливу роль в економіці. З появою такої форми господарювання як акціонерні товариства більша кількість громадян отримала можливість приймати участь у бізнесовій діяльності та стати співвласником функціонуючого акціонерного товариства. Компанії в свою чергу отримали доступ до додаткових капіталів шляхом емісії акцій. Акціонерні товариства - це найбільш ефективний механізм, який найкращим чином виконує функцію концентрації капіталу і його використання, але з іншого боку і найбільш складна, з точки зору управління і контролю, форма організації бізнесу.

Наразі в Україні перед акціонерними товариствами постає ряд проблем, що пов'язані з недосконалою законодавчою базою та політичною системою країни, нестабільною економікою та погано розвиненим фондовим ринком. Шлях України до євроінтеграції та вдосконалення в свою чергу підштовхує до інноваційних зрушень всередині країни.

Вивченню сучасного стану та ефективності господарювання акціонерних товариств в Україні були присвячені праці О. Мельник, К. Сироїжко, О. Дмитрієва, А. Слободяник, Т. Фролова. Авторами було висвітлено основні вагомі переваги та недоліки такої форми господарювання та порівняно товариства з обмеженою відповідальністю з приватними акціонерними товариствами та публічними акціонерними товариствами.

Метою цього дослідження є формулювання загальної, комплексної візії ситуації стану сучасних акціонерних товариств, ефективності їх функціонування та ролі в економіці України.

Основною причиною виникнення акціонерних товариств вважається наявність

різного бачення власників подальшої діяльності підприємства та постійно зростаючих обсягів виробництва. Саме це спонукало укласти угоди про утворення акціонерних товариств та залучати додатковий необхідний капітал шляхом емісії акцій [1]. Поява такої форми господарювання активно сприяє перерозподілу капіталу економіки країни в найпродуктивніші сфери діяльності.

Акціонерні товариства відіграють важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, національного доходу та державного бюджету країни загалом. За останні роки в Україні не просто зростає кількість акціонерних товариств, а й підвищується їх роль в економічному розвитку країни, їх питома вага у валовому обсязі виробництва товарів та послуг. Значною перевагою акціонерних товариств в порівнянні з іншими формами господарювання є наявність активно функціонуючого ринку – ринку цінних паперів та фондового ринку. Саме це і є сильним драйвером до поширення акціонерних товариств у різних сферах економіки.

На сьогоднішній день, несприятливі зміни в законодавстві призвели до зниження кількості наявних акціонерних товариств в період з 2014 до 2021 (дані на 1 січня) на 11065 одиниць, майже в два рази. Причиною цього також може бути збитковість деяких акціонерних товариств, через зміну форми власності [2].

Таблиця 1 — Динаміка кількості акціонерних товариств 2014-2021 рр. [2]

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Акціонерне товариство	24813	23110	15571	15206	14710	14310	13902	13748
Публічне акціонерне товариство	4215	4170	4149	3122	2186	1727	1418	1280
Приватне акціонерне товариство	3490	3494	3486	4248	5076	5304	5352	5370

Згідно даних, що зазначені в таблиці, чітко прослідковується тенденція до зменшення кількості акціонерних товариств (на 2935 товариств або 70%) та підвищення кількості приватних акціонерних товариств (на 2480 товариств або 46%).

Причиною таких зрушень у кількості різних форм підприємств є перехід з одного типу на інший відповідно до ч. 2, статті 5 Закону про акціонерні товариства: «Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням» [3]. Останніми роками можемо відстежувати збільшення такої форми господарювання як приватні акціонерні товариства, адже вони є більш привабливою формою ведення господарської діяльності.

Важливо зазначити, що акціонерні товариства приймають активну участь в таких сферах: промисловість (31,5%), торгівля оптова та роздрібна (21,2%), сфера операцій з нерухомістю (12,2%), будівництво (10,5%), сільське господарство, мисливство та лісове господарство (8,8%), транспорт і зв'язок (8,6%).

За даними останнього звіту Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, після різкого зменшення обсягу торгівлі на ринку цінних паперів послідувало поступове відновлення у 2019 р., темп приросту якого становив 31,75% у порівнянні з попереднім 2018 р. Частка ринку акцій на 2019 р. становить лише 5,24%, та його падіння в порівнянні з 2018 р. становить 48,83%. Наразі в Україні є всі умови для

ефективного розвитку та функціонування акціонерних товариств [4].

Але не дивлячись на позитивні фактори впливу, сьогодні акціонерні товариства в Україні стикаються з низкою проблем, що ускладнюють їх ефективне функціонування. Основним з них є недосконала нормативно-правова база. Так через обмеження, що встановила Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, не всі акціонерні товариства хочуть емітувати акції, проходити процедуру лістингу. А після останніх змін у законодавстві кількість акціонерних товариств стрімко зменшилась на 43,95% у 2019 році порівняно із даними 2013 року.

До переваг, що має акціонерна форма господарювання, над іншими формами, можна віднести:

по-перше, функціонуючи на принципі обмеженої відповідальності, акціонерне товариство покриває свої зобов'язання виключно власним майном, на яке відповідно до законодавства накладається стягнення.

по-друге, акціонерне товариство залучає вільні капітали шляхом емісії акцій, які в майбутньому прагне капіталізувати задля отримання прибутку. Завдяки такому залученню зростає частка акціонерних товариств у валовому виробництві країни та вони набувають все більшого значення.

Отже, враховуючи той факт, що Україна знаходиться на одному з найвищих у світі рівнів концентрації виробництва, який є сприятливою матеріально-технічною базою для розвитку та функціонування акціонерних товариств, акціонерна форма ведення господарства є найкращою для реформування економіки України.

Література

1. Клементьева О. Ю. Становлення акціонерних товариств як найбільш розвинутої форми підприємницької діяльності та їх розвиток в Україні / О. Ю. Клементьева. // Ефективна економіка. 2015. № 11. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_121.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2021).
3. Про акціонерні товариства: Закон України від 17 вересня 2008 р. № 514-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17> (дата звернення: 20.03.2021).
4. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/> (дата звернення: 10.04.2021)

Семенюк І. О.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА СТАН ІНТЕРНЕТ КОМЕРЦІЇ

У зв'язку із поширенням пандемії COVID-19 уряди більшості країн світу були вимушені ввести ряд карантинних обмежень (режиму соціального дистанціювання, закриття торговельних центрів, обмеження у пересуванні тощо) для боротьби із розповсюдженням вірусу. Ці заходи призвели до кардинальних змін у кон'юктурі ринку, у тому числі на ринку електронної комерції. В сучасних умовах, жоден бізнес не може ігнорувати стрімкий підйом інтернет комерції.

Через свій стрімкий розвиток е-комерція отримує багато уваги як вітчизняних так і зарубіжних вчених. Значний внесок у розробленні теорій та практик використання інтернет комерції зробили такі вчені як: Федорко Р., Звасс В., Панджи-Канія С., Тутаєва Ю., Хартман А., Сифоніс Й., Кадор Й., Еймор Д., Котлер Ф. та багато інших.

Метою цієї статті є виявлення змін економічної ситуації та бізнес-клімату на ринку інтернет комерції у зв'язку із поширенням пандемії COVID-19. Основними завданнями є: визначити ключові фактори впливу пандемії COVID-19 на інтернет комерцію та відобразити відсоткові зміни на віртуальному ринку.

Виклад основного матеріалу. Криза, спричинена пандемією COVID-19, «вдарила» по всьому світу та призвела до змін у всіх аспектах нашого життя. Різноманітні обмежувальні заходи мали значний вплив на поведінку споживачів, на їх уподобання, потреби, соціально-економічне становище. В умовах самоізоляції, економічної невизначеності, локдауну інтерес до інтернет магазинам значно зріс, зробивши їх головним вибором для споживачів при купівлі товарів. Нині е-commerce – це найбільш динамічний сектор ринкової економіки.

Проаналізувавши різноманітні джерела з досліджуваної тематики ми сформували власне визначення «е-commerce»: - це відносини (бізнес-процеси) з купівлі-продажів продукції (товарів чи послуг) між суб'єктами-учасниками (у тому числі: бізнес, домашні господарства, фізичні особи, уряд та інші державні або ж приватні організації), що здійснюється через Інтернет (повністю, або частково – оплата товару та послуги може здійснюватися офлайн).

Основними факторами впливу пандемії на інтернет комерцію є: 1) зміни у свідомості споживачів, їх уподобань, потреб, поведінки; 2) переорієнтація виробників на віртуальний ринок (збільшення витрат на просування товарів через Інтернет, підтримку, оформлення, модернізацію веб-сайтів та інше); 3) збільшення операцій купівлі-продажу, які здійснюються через Інтернет; 4) розширення віртуального ринку (підвищення конкуренції, збільшення пропозиції, висока варіативність товарів); 5) популяризація експрес-доставки; 6) популяризація безпечних систем онлайн-платежів (LiqPay; Fondy; Portmone та інші) тощо. З перелічених факторів видно, що пандемія має вплив на всі складові елементи е-комерції, а саме на: рух капіталу через Інтернет, торгівлю, маркетинг, банкінг, страхові послуги та інші. [5;6]

У 2020 році все більше споживачів починають здійснювати покупки в Інтернеті – частіше та більше замовляти. Відповідно до IBM Retail Index станом на 2020 рік пандемія COVID-19 за 5 років прискорила перехід до цифрових магазинів. [1]

Провівши аналіз даних про світовий роздрібний продаж протягом 2014-2020 років, а також прогнозовані дані на 2021-2024 роки можемо стверджувати що: загальний

приріст протягом 2014-2020 років склав 220,36% (2 944 млрд. дол. США). Так, станом на 2020 рік обсяги продажів становили 4 280 млрд. дол. США, що на 27,61% (926 млрд. дол. США) більше за показник 2019 року. Для порівняння, слід зазначити, що у 2019 році приріст фактичного обсягу продажів дорівнював 12,47% (372 млрд. дол. США). Тобто у 2020 році, з початком пандемії, приріст обсягів електронного роздрібного продажу стрімко збільшився, а саме у 2,5 рази. [4]

Також, необхідно відмітити, що за попередньою оцінкою у 2024 році обсяг роздрібного продажу через Інтернет становитимуть 6 388 млрд. дол. США, що на 49,25% більше за показник 2020 року. [4]

Оскільки доступ до Інтернету та його впровадження стрімко зростають у всьому світі, кількість цифрових покупців зростає щороку. У 2020 році понад два мільярди людей придбали товари чи послуги в Інтернеті. [4]

З наведених вище статистичних даних можна визначити та відстежити середній обсяг продажів на одного цифрового споживача. Після запровадження карантинних заходів по всьому світі, у 2020 році в середньому один онлайн покупець витратив 2 087,80 дол. США в інтернет-магазинах, що на 19,52% (340,93 дол. США) більше у порівнянні із 2019 роком і є найбільшим приростом за 2014-2020 роки.

У 2020 році чистий обсяг платежів PayPal становив близько 936,06 мільярдів доларів США, що на 31,48% (224,14 млрд. дол. США) більше даних за попередній період. Для порівняння зазначимо, що у 2019 році приріст становив 23,08%. Цей обсяг платежів був згенерований завдяки проведенню більше 3,74 млрд транзакцій за кожний квартал 2020 року. [4]

Щодо загальної кількості активних користувачів, то слід відмітити, що з початком пандемії станом на кінець 2020 року вона збільшилась на 23,61% (72 млн), що є абсолютним рекордом за всі роки, до цього протягом 2014-2019 років найбільший приріст спостерігався у 2018 році і становив близько 16,59%. [4]

Наступним розглянемо розподіл світових витрат у е-комерц за категоріями. Найбільша доля витрат – 26,38% - належить категорії «Мода та краса», коли ж найменша частка витрат припадає на «музичні платформи» (цифрову музику). [2]

Відповідно до даних за 2020 рік, які опублікувала група компаній EVO, то на стан інтернет комерції України пандемія вплинула наступним чином: українці витратили близько 107 млрд. грн. на купівлю продукції (товарів та послуг) через інтернет, що на 41% більше у порівнянні із 2019 роком і перевищило усі прогнозовані величини у три рази. Також, користування платіжними онлайн системами зросло що найменше на 50%. У 2021 році більша кількість інтернет-покупців належала до вікової категорії 26-35 років (31%). Таким чином, у 2020 році близько 9% усіх операцій з купівлі-продажу продукції відбувається через онлайн-магазини, соціальні мережі та інші інформаційно-комунікаційні системи. [7]

Висновки. Під час пандемії COVID-19 гравці ринків були вимушені адаптуватися до реалій сьогодення (вкладати значних коштів у розвиток інтернет комерції; застосовувати нові методи ведення бізнесу; реорганізовувати канали збуту продукції – як приклад, зміна B2C на D2C ті інше). Безсумнівно, ринок інтернет торгівлі і далі буде зростати. Збільшення частки електронної торгівлі в загальному обсязі торгів та набутий за часи карантинних обмежень досвід підвищить впевненість потенційних клієнтів в тому, що здійснення покупок онлайн це просто, швидко і безпечно. І в міру того, як кількість активних споживачів буде збільшуватись, вартість середньої споживчої

кошика віртуального ринку буде рости.

Таким чином, пандемія дала значний поштовх для розвитку інтернет торгівлі, зробивши її чи не єдиним джерелом доходу для більшості господарюючих суб'єктів. За збереження сучасних тенденцій до зростання в інтернет комерції, вже найближчим часом віртуальний ринок майже нічим не буде відрізнятися від традиційної торгівлі офлайн.

Література

1. Ali Taha, V.; Pencarelli, T.; Škerháková, V.; Fedorko, R.; Košíková, M. The Use of Social Media and Its Impact on Shopping Behavior of Slovak and Italian Consumers during COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 1710. <https://doi.org/10.3390/su13041710> (Дата звернення: 19.04.2021)
2. Digital 2021 global overview report: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (Дата звернення: 21.04.2021)
3. E-commerce in the pandemic and beyond Viviana Alfonso, Codruta Boar, Jon Frost, Leonardo Gambacorta and Jing Liu <https://www.bis.org/publ/bisbull36.pdf>
4. Statista. Global No.1 <https://www.statista.com/> Дата відвідування: 19.04.2021 (Дата звернення: 20.04.2021)
5. The Impact of the Electronic Commerce Market in the Supply Chain during COVID-19 Pandemic in Poland Katarzyna Witczyńska <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/Katarzyna-WITCZYNSKA-55555148> (Дата звернення: 19.04.2021)
6. THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020, Spotlight on Latin America and the Caribbean https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf
7. Дані групи компаній EVO про стан інтернет-комерції в Україні <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%D1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-ecommerce-u-2020-roci/> (Дата звернення: 20.04.2021)

Статешна О. В.

051 «Економіка», 1 курс бакалаврату,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Терентьєва О. В.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасних умовах господарювання актуалізується значущість антикризового менеджменту на підприємствах. Прогнозування, попередження та подолання кризових ситуацій є дуже важливими для підприємств будь-якого масштабу, проте більшість підприємців нехтує важливістю запровадження і систематичного здійснення антикризових заходів.

Кризові ситуації є невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства. Слід зазначити, що вони не з'являються спонтанно, у більшості випадків виникнення кризи це поступовий процес, який має свій механізм "розвитку". Вчені по різному розмежовують періоди настання на підприємстві кризи, проте зазначають 3 головні:

докризовий, безпосередньо криза та після кризовий. На кожному з етапів від зародження ідеї до припинення функціонування підприємство може опинитися в кризовому стані. Заходи антикризової діяльності на кожному з них є специфічними і дещо різняться. Головна мета антикризового менеджменту – створення умов для стійкого функціонування підприємств на ринку у відповідь на будь-які зміни у країні, розробка стратегій на основі прогнозування розвитку ситуації, попередження та вирішення фінансових проблем та уникнення загрози банкрутства або зведення збитків до мінімумів, а також впровадження інновацій у діяльність.[4]

Важливим завданням антикризового управління є не лише подолання кризових ситуацій, але й дослідження перспективи їх виникнення у майбутньому. Регулярна та якісна діагностика підприємств допомагає аналітично розробити план дій за умови виникнення загрози.[4]

До основних інструментів антикризової діяльності можна віднести:

- Спостереження
- Прогнозування
- Стратегічне планування
- Моделювання
- Облік[1]

Провідними функціями, інструментами та обов'язками антикризового менеджменту є моніторинг, організація та мотивація антикризової діяльності підприємства. Визначальні принципи системи антикризового менеджменту- це рання діагностика та швидкість реагування.[1]

Оцінка ефективності антикризового менеджменту підприємства носить розрахунково-порівняльний характер. Це означає, що на підприємстві на підставі порівняння обраних показників ефективності виробництва (економічна ефективність, залучення інновацій, актуальність кадрового забезпечення, ефективність управління та інші) періодично має проводитись звітування щодо проведених заходів з попередження та подолання кризових ситуацій, а також прогнозування найближчих у зв'язку із ситуацією в країні та світі.

Наразі весь світ переживає економічну кризу, багато підприємств закриваються, а конкурентоспроможність на ринку падає. Всі країни потерпають від наслідків коронавірусу, проте на прикладі Німеччини, Австрії чи ще низки європейських країн можна прослідкувати, що завдяки вдалому антикризовому менеджменту на рівні країни збитки від кризи можуть бути зведені до мінімумів.[7]

В Україні досвід з антикризового управління під час кризи, спричиненої Covid-19, спирається на такі заходи як зменшення штату працівників, оптимізація витрат, пошук нових шляхів розвитку та здійснення підприємницької діяльності. З боку держави є певні антикризові заходи, які весь час доповнюються та актуалізуються відповідно до ситуації в країні. [6]

Криза може принести й позитивні наслідки, проте лише за умови якісного антикризового управління. Криза - це переломний момент на будь-якому підприємстві, це або прямий шлях до банкрутства, або ідеальний час для пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємства пошуку нових перспектив, ідей та можливостей.

Ігнорування антикризового менеджменту зумовлює суттєві негативні наслідки, тому підприємствам слід відводити окрему роль для антикризової діяльності та

управління нею.

Література

1. Рубан В. М. Антикризіві інструменти та основні функції антикризового менеджменту. Галицький економічний вісник, ТНТУ, 2015. Т. 48. № 1. С. 109-114. (Загальні проблеми економіки та суб'єктів господарювання).
2. Терентьева О.В. Теорія формування антикризових заходів. Экономика Крыма: научно-практический журнал. 2009 № 28. С. 75—78.
3. Терентьева О.В. Новації в забезпеченні антикризової діяльності підприємства Київ: Вид-во «ДВНЗ Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» с.180-181
4. Кушнір Н.Б. Особливості антикризового управління та економічної діагностики в сучасних умовах. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2016р випуск №5
5. Ладунка І.С Андрюшина О.І. Антикризове управління підприємством. Економіка і суспільство, 2017р, випуск №8
6. Інформаційний портал Все про Covid-19/ <https://sme.gov.ua/covid19-qa/> 18.04.21
7. Інтернет-стаття «Криза коронавірусу: у чому таємниця стійкості німецької економіки» <https://www.dw.com/uk/kryza-koronavirusu-u-chomu-taiemnytsia-stiikosti-nimetskoi-ekonomiky/a-55056789> 18.04.21

Модератор секції —

Рєпіна І. М., докторка екон. наук, професорка

Клименко К. О.

*076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 1 курс бакалаврату
ДНУЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – доц. Вострякова В. Ю.*

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Протягом останнього року немає жодного дня без новин про негативні наслідки пандемії COVID-19 на економіку, здоров'я та психіку. Криза коронавірусу спричинила величезну катастрофу у всьому світі і вимагає термінових досліджень, щоб виявити найкращі методи та моделі для підвищення ефективності бізнесу та підлаштування під нові реалії. За період локдауну в Україні закрилася рекордна кількість фізичних осіб-підприємців, а саме 232 тис., що на 16% більше ніж у 2019 р., кількість юридичних осіб зменшилася на 10 тис. одиниць. Більш ніж 90% топ-менеджерів компаній заявили, що наслідки COVID-19 кардинально змінили спосіб ведення бізнесу, майже стільки ж доводять, що криза має тривалий вплив на потреби своїх споживачів. Однак більше трьох чвертей також погодились, що криза створить значні нові можливості для зростання [1]. Отже, актуальним є питання дослідження готовності підприємств до зміни бізнес-моделей та до впровадження інновацій у свою діяльність для того, щоб підвищити ефективність ведення бізнесу та запобігти негативних наслідків пандемії.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні впливу інновацій на підвищення ефективності ведення бізнесу при сценарії виходу з кризи та відновлення економіки у часи пандемії COVID-19.

Під час проведення дослідження було проаналізовано такі статистичні світові ресурси, як Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD), McKinsey та World Bank і тезисно сформовано основні проблеми з якими стикнулися підприємства під час пандемії коронавірусу:

- більшість власників малого та середнього бізнес не мали фінансової подушки для затяжного періоду та не були готові швидко трансформувати існуючу бізнес-модель, тому це призвело до великого відсотка закриття підприємств [2];
- зниження попиту та проблеми із постачанням сировини та людських ресурсів, через закриття кордонів ланцюги поставок скоротилися та відбуваються зі збоями часу, нестача кваліфікованої робочої сили призвела до скорочення бізнесу [3];
- суттєве скорочення персоналу та переведення працівників на дистанційну роботу, 21% підприємств України скоротив штат персоналу на 10-25% та ще 14% підприємств – на 50% [3].

Багато підприємств просто не можуть працювати як раніше. Те, що зробило компанію успішною в історичному плані, може бути неможливим під час або після кризи. Конкурентні переваги динамічно змінюються, оскільки бізнес-моделі пристосовуються до нових ринкових реалій, і основні можливості, які роблять організацію самобутньою,

раптом можуть стати менш диференційованими.

Незважаючи на те, що зростання важливості інновацій здійснює подібний тиск вже більше десяти років, нинішня криза значно посилила та прискорила свою руйнівну силу. Раптові повороти, які спостерігалися під час пандемії COVID-19, включають [4]: зміни в моделях продажів, а саме орієнтація на цифрові технології та e-commerce; потреба в нових пропозиціях, зміна каналів комунікації, вихід в онлайн торгових гігантів або відомих світових музеїв та виставок - усе це стало можливим у період пандемії; швидкі зміни в поведінці клієнтів, що призвело до неймовірного масштабування таких компаній, як Zoom, Glovo, Нова Пошта.

Підприємства можуть отримати довгострокові переваги, розуміючи такі зміни та можливості, які вони представляють. В минулі кризи компанії, які інвестували в інновації, забезпечували високий ріст та ефективність посткризи. Наприклад, підприємства, які зберігали свою інноваційну спрямованість під час фінансової кризи 2009 року, стали сильнішими, випередивши середній ринок більш ніж на 30% і продовжили прискорене зростання протягом наступних трьох-п'яти років. Кризи - це як адреналін для інновацій, що спричиняє випаровування бар'єрів, на подолання яких минали роки, за лічені дні [4].

Щоб вийти лідерами з цієї кризи, компанії можуть покластись на вісім основ інновацій як формулу та дорожню карту успіху. Дослідження показали, що в часи широкої економічної стабільності два з них «прагнути» та «вибирати» є найбільш важливими для негайного локального впливу.

Однак у часи кризи можна спостерігати, що інші основні речі набувають все більшого значення, пропонуючи другий порядок дій. Пріоритет мають такі основи «відкривати, розвиватися та вибирати»; ці три основи допоможуть організації переорієнтувати свою увагу за потреби. Тоді лідери можуть звернутися до основи «прагнути» для переорієнтації основної стратегії компанії, «прискорити» та «масштабувати», щоб інвестувати на потрібних рівнях і швидкості, враховуючи потенційні зміни на кінцевих ринках, «розширити» для розробки нових типів екосистем і, нарешті, «мобілізувати», щоб створити відповідний талант та стимули для активації інноваційних планів.

Підприємства можуть додатково розставити пріоритети серед різних цінних проблем для вирішення, використовуючи рівняння (рис.1), яке враховує розмір потенційного ринку, цінність, яку споживачі надають рішенню, та відносне задоволення альтернатив запропонованому рішенню [5].

$$\begin{array}{ccccccccc} \text{Значення} & & \text{Кількість} & & \text{Частота} & & \text{Готовність} & & \text{Рівень задоволеності} \\ \text{потенційної} & = & (\text{цілових} \times & \text{використання} \times & \text{платити за} &) \div & \text{наявними} & , & (1) \\ \text{можливості} & & \text{клієнтів} & & \text{рішення} & & \text{дане рішення} & & \text{альтернативами} \end{array}$$

Отже, використання нових технологій та відкритість до інновацій можуть стати вирішальним фактором для перевершення конкурентів у майбутньому та підвищенні ефективності ведення бізнесу під час пандемії. Інноваційні компанії значно перевершують неінноваторів за рівнем доходів та зростанням зайнятості, використовуючи цифровий світ як джерело ідей, творчості та як сировину для власного унікального внеску у світовий прогрес. Інновації можуть бути ланкою в компанії, яка допоможе пережити кризу та відкрити можливості для виявлення, аналізу та тестування нових продуктів та процесів.

Література

1. Статистичне дослідження «Як український бізнес пережив карантинно-кризовий рік». URL: <https://youcontrol.com.ua/ru/data-research/biznes-2020-analitika/> (дата звернення: 26.04.2021)
2. Перспективи глобальної економіки у період пандемії COVID-19. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world> (дата звернення: 26.04.2021)
3. The covid-19 crisis in Ukraine. URL: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/COVID-19-CRISIS-IN-UKRAINE.pdf> (дата звернення: 26.04.2021)
4. McKinsey B2B Digital Survey. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-global-b2b-decision-maker-response-to-covid-19-crisis#> (дата звернення: 26.04.2021)
5. Підприємництво та Covid-19: виклики та можливості. URL: <https://www.kcl.ac.uk/business/assets/PDF/research-papers/country-report-uk-entrepreneurship-and-covid-19-challenges-and-opportunities-an-assessment-of-the-short-and-long-term-consequences-for-uk-small-businesses.pdf> (дата звернення: 26.04.2021)

Науменко В. В.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Терентьєва О. В.

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розвиток сучасної світової економіки засвідчує, що використання франчайзингу є дійсно дієвою формою для розвитку бізнесу, яка дозволяє зменшити ризики, що виникають у малому та середньому підприємстві та дозволяє найкраще організувати діяльність дрібного підприємства. Така форма ведення бізнесу отримала велику популярність закордоном, особливо у розвинених країнах через використання нових технологій у сфері надання послуг та виробництві.

Розвиток і функціонування франчайзингу в Україні відображено в роботах таких дослідників, як Ставерська Т. О., Козуб В. О., Гончаренко І. М. які вважають даний спосіб ведення бізнесу прогресивним, інноваційним та актуальним особливо для розвитку бізнесу в Україні.

Франчайзинг – це система взаємовигідних відносин, що базується на платній основі, згідно з якими одна сторона виступає у ролі франчайзера, який безстроково або на певний період передає іншій стороні (франчайзі) право на використання об'єкту інтелектуальної власності та мусить надавати допомогу як технічну, так і консультаційну у виробництві, реалізації продукції та наданні послуг. Коли обидві сторони вже домовилися про співпрацю, вони мусять підписати договір франшизи – певний набір документів, який надає франчайзі право на використання торгової

марки[1].

Свій початок франчайзинг бере ще з Середньовіччя, але справжній розвиток отримав лише у США з середини XIX ст. Саме тоді компанія «Зінгер», яка займалася виробництвом швейних машинок, захотіла збільшити географія надання власних послуг та за пільговими цінами вирішила запропонувати незалежним компаніям під власним іменем здійснювати обслуговування швейних машинок у разі виходу їх із ладу. З годою, все більше компаній почали використовувати дану практику та франчайзинг вийшов за межі Америки. Наразі велика концентрація франчайзингових підприємств спостерігається у таких країнах, як США, Німеччина, Великобританія, Канада, Іспанія та інших. Науковці виділяють близько 70 галузей, де використовується франчайзинг, серед яких найпопулярнішими є торгівля, освіта, готельний та ресторанний бізнес, туризм, страхування і т.д.[2]. Розглядаючи дані концентрації франчайзингових підприємств на території України, можна констатувати, що вона складає лише 23%, у той час як у Європі та США ці показники складають 67% та 80% відповідно.

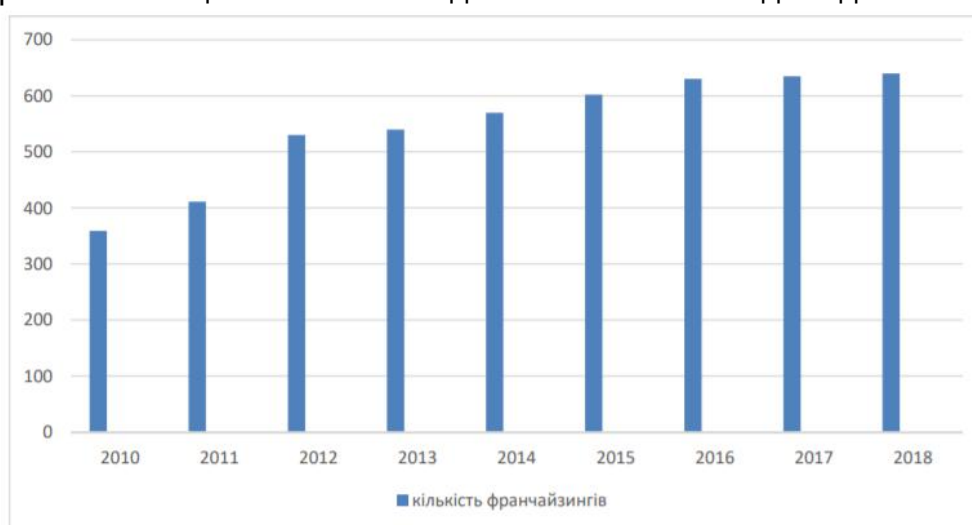


Рисунок 1 – Динаміка кількості франчайзингових підприємств в Україні у період 2010-2018 років [3]

Спостерігаючи за динамікою кількості франчайзингових підприємств в Україні, можна помітити, що збільшення їх кількості не є пропорційним, особливо за показниками останніх трьох років, коли їх частка майже не збільшувалася, про що можуть свідчити проблеми як у економічній, так і політичній сферах. Але загалом можна виділити чотири основні причини стримування розвитку франчайзингу у нашій країні[4]:

1. Недосконалість законодавчої бази;
2. Відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках франчайзингу;
3. Несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності;
4. Низький рівень розвитку банківського кредитування.

Проаналізувавши законодавчу базу України, виявилось, що окремого закону про франчайзинг у нашій країні немає. Відповідно до статті 1115 Цивільного кодексу України[5] «за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг». Прийняття окремого

закону значно би спростило процедуру укладання договору франшизи.

Питання банківського кредитування, таж є вагомим фактором для стримування розвитку франчайзингу в Україні. Проблема полягає у тому, що банкам не вигідно співпрацювати із маловідомими позичальниками, які не мають підприємницького досвіду, а також існує вірогідність неповернення кредитних коштів. Через ці причини банкам легше співпрацювати із великими компаніями, які мають гарну репутацію на ринку та їх діяльність є набагато стабільнішою.

Іншою перепоною є те, що вітчизняні підприємці не викликають великої довіри, якщо говорити як про вітчизняний, так і про закордонний. Українські підприємства вже мають досвід інтеграції за кордон, і такі підприємства як «Salateira», «Freshline», «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова» продали франшизи за кордон, але іноземні підприємці прискіпливо обирають собі вітчизняних партнерів для співпраці.

Франчайзинг є дуже прогресивною формою ведення підприємницької діяльності. Він дає можливість новим фірмам на ринку набувати нового досвіду, взаємодіяти із великими та відомими гравцями на ринку та отримувати доступ до нових технологій.

В Україні франчайзинг не є популярним способом ведення бізнесу, одним із факторів такого явища є відсутності підтримки з боку держави. Для покращення цього становища на державному рівні необхідно прийняти окремий закон про франчайзинг, у якому будуть прописані усі тонкощі укладання угоди, усі зобов'язання, які франчайзер та франчайзі мусять брати на себе. Також збільшувати рівень довіри та лояльності до молодих підприємців у сфері кредитування. Підприємцям, у свою чергу, слід взяти до уваги досвід закордонних фірм, які працюють у сфері франчайзингу та на їх прикладі самовдосконалюватися, тим самим ставати більш сучасними та прогресивними.

Література

1. Литвин О. Є., М. О. Франчайзинг як ефективна форма партнерства із закордонними фірмами. *Фінансовий простір*. 2019. №4(36). С. 143.
2. Ставрецька Т. О., Козуб В. О. Франчайзинг як інструмент розвитку ресторанного бізнесу: міжнародний досвід та національні особливості. Харківський державний університет харчування та торгівлі. 2020. С. 2.
3. Гончаренко І. М., Литовка Ю. С. Бізнес за франшизою в Україні: переваги та недоліки. *III Всеукраїнська науково-практична конференція «Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні»*. 2019. С. 122.
4. Казакова Л. О., Повханич А. Ю. Франчайзинг в Україні: особливості та перспективи розвитку. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2018. №5(48). С. 56-60.
5. Цивільний кодекс України: станом на 2003 р. Верховна Рада України. Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України. 2003. №40-44, ст. 1115.

Нечай Л. М.

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 1 курс магістратури

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ведення успішного бізнесу - це не проста справа, яка вимагає постійної, безперервної роботи та зусиль, а також міцної командної роботи. Питання продуктивності праці є однією з найбільш популярних тем, оскільки вона суттєво впливає на кінцеві результати бізнесу. Метою кожного бізнесу та підприємця є підвищення ефективності бізнесу, що є логічним для подальшого успіху, але спосіб досягнення цього також повинен відповідати очікуванням співробітників. Тим не менш, наступні стратегії можуть стати в нагоді для вдосконалення бізнесу. [1]

Одним з найвагоміших факторів, що впливає на ефективність ведення бізнесу є впорядкування робочих процесів. З метою безперервної роботи проектів, необхідно зробити максимум зусиль для мінімізації потенційних перешкод в робочому процесі. Завжди є ряд процесів з якими доводиться мати справу практично будь-якому бізнесу, які можуть суттєво вплинути на загальну ефективність та продуктивність в кінці робочого дня. Тим не менш, такі процеси, як управління даними в електронних таблицях, надсилання та отримання рахунків-фактур, відстеження робочого часу або інвентаризації тощо - це ті процеси, на які можна вплинути і які можна впорядкувати з метою створення/унікнення блоків в процесі діяльності.

Для успішного ведення бізнесу доцільно автоматизувати повторювальні (рутинні) завдання (процеси). Існує велика кількість різних процесів, на які співробітники витрачають вагомий період робочого часу щодня, від введення пароля до входу до відстеження часу, нарахування заробітної плати, обліку тощо. Замість того, щоб робити кожну річ вручну, можна дослідити різні організаційні та управлінські інструменти які насправді можуть автоматизувати ці завдання. На перший погляд це може здатися не достатньо важливим (несуттєвим), але в довгостроковій перспективі дозволить заощаджує вагомий обсяг часу і інших ресурсів.

Також для покращення діяльності можливе використання аутсорсингу деяких бізнес-процесів. Багато різних процесів виконуються в бізнесі, але не кожен процес є корисним, коли йдеться про продуктивність та ефективність команди підприємства. Наприклад, робота з технічним обслуговуванням та канцелярським приладдям - це не те, чим ви або ваші співробітники повинні займатися, коли у вас є важливіші справи. [2]

Можливо передавати послуги з управління офісними технологіями, а також канцелярськими приладдями на інші компанії, щоб команда підприємства могла зосередитись на тому, що вони найкраще роблять. Це також значно зменшить стрес в офісі, оскільки співробітники не будуть відчувати тиск з боку інших завдань, які насправді не мають нічого спільного з професією.

Все більш вагому роль в розвитку діяльності підприємства відіграє використання новітніх технологій. Незалежно від галузі, в якій функціонує бізнес, можна лише виграти від впровадження новітніх технологій в компанії. Технологічний прогрес присутній у кожній окремій ніші, починаючи від ІТ та електронної комерції, закінчуючи медичною та виробничою промисловістю, тому доцільно проводити дослідження як відповідальний власник бізнесу та вдосконалювати власне підприємство. Існує безліч різних

інструментів, пристосувань та програмного забезпечення, які можуть зробити цілий ряд різноманітних процесів та завдань в компанії безпечнішими та ефективнішими, з меншим ризиком потенційних помилок або зовнішніх загроз.

Будування ефективної команди є прогресивною стратегією для підвищення ефективності діяльності. Люди можуть допомогти досягти максимальної ефективності діяльності. Ключовим тут є заохочення колективної роботи серед персоналу, підвищення їх ефективності та посилення ролі команди. Потрібно переконатись, що вони знають свої обов'язки та відповідають за будь-які покладені на них завдання. [3]

Важливим є також впроваджувати підходи до постійного вдосконалення бізнес-процесів. [4]

Підвищення продуктивності діяльності є важливим напрямом. Наведемо декілька пропозицій щодо створення плану постійного вдосконалення бізнес-процесів:

- ✓ оцінка конкурентів та найкращих практик у галузі в якій займається підприємство, проведення порівняльного аналізу. Але не варто копіювати плани інших підприємств – варто розробити той, який підходить для компанії.
- ✓ оцінка слабких та сильних боків свого бізнесу. Це дасть об'єктивну точку зору, з якої можна покращити продуктивність та переосмислити деякі процеси.
- ✓ використання поетапного підходу, а не намагання вирішити все й одразу. Зосередження на кількох пріоритетах дасть змогу швидше бачити результати
- ✓ пошук проривних досягнень. Невеликі вдосконалення можуть трансформуватися у значне збільшення продуктивності.
- ✓ оцінка своїх результатів

Допомогти розвивати організацію в цілому допоможуть стратегічні альянси.

Вдалий союз може покращити виробничі процеси, збільшивши економію на масштабі та розширивши ринок збуту. Альянс може допомогти компанії укласти кращі угоди з постачання, поділити витрати, такі як реклама, або скористатися дорогими технологіями. Підвищення продуктивності може також означати вихід на нові ринки з новими продуктами та послугами, розширення охоплення ринку або пришвидшення досліджень та розробок шляхом розподілу витрат та ресурсів. [5]

І на кінець, для правильного оцінювання власного бізнесу є важливим використання різноманітних метрик. Те, що неможливо відстежити, не можна виміряти. Отже, варто починати там. Якщо ви хочете підвищити ефективність свого бізнесу, зосередьтеся на показниках, які можна виміряти та відстежити.

Наприклад, ви дотримуетесь термінів? Дохід від реалізації, рентабельність чистого прибутку та багато іншого - це цілком слушні показники для вимірювання.

Іншим важливим фактором є цикл виконання замовлення, і це добре, якщо ви хочете по-справжньому зрозуміти своїх клієнтів і зможете отримати максимум користі.

Стратегії, які описані, є одними з найефективнішими, з якими ми стикаємося, але підвищення ефективності у бізнесі не повинно бути надзвичайним. Важливо почати з простих змін, які можуть мати великий вплив, і переконавшись, що ви постійно стежите за шляхами вдосконалення своєї діяльності, підтримуватимете вас у хорошому стані.

Отже, метою будь-якого підприємства є досягнення запланованих значень. Через постійні внутрішні та зовнішні зміни необхідно розглядати компанію як живий організм, який постійно змінюється. Для того, щоб контролювати зміни та гармонізувати бізнес-процеси необхідно створити систематичне рішення для вдосконалення управління бізнес-процесами.

Безумовно, існує велика кількість інструментів, ресурсів і тактик для підвищення ефективності вашого бізнесу, але спроби впровадити кожен з них одразу можуть мати протилежний ефект. По суті, чим ефективнішими є операції, тим ефективніше компанія зможе реагувати на зміни та поглинати ринкові потрясіння, залишаючись прибутковою.

Література

1. Морщенок Т. Огляд підходів до визначення економічної сутності поняття «ефективність». *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. – 2014. № 5. С. 177–184
2. Стратегії розвитку бізнесу. 10 найефективніших тактик. URL: <https://www.your-mentor.ru/business/100-strategii-razvitiya-biznesa-10-samykh-effektivnykh-taktik> (дата звернення: 25.04.2021)
3. Пітер Ф. Друкер "Ефективний керівник"// пер. з англ. під ред. О. Чернявської, 2012 URL: <https://www.rulit.me/books/effektivnyj-rukovoditel-read-408854-1.html> (дата звернення: 25.04.2021)
4. Економіка підприємства: пошук шляхів розвитку: посіб. Міжрегіональна академія управління персоналом. К.: МАУП, 2005. 80с
5. Григораш О.В., Булигіна Д.О. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємств: *Приазовський економічний вісник*. 2018. №6 (11). С. 154-158.

Паламарчук Т. С.

051 «Економіка», 1 курс магістратури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Бойченко К. С.

УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

Сьогодні успішний бізнес створює цінність з кожною операцією - для своїх клієнтів, у формі задоволення потреб та для себе і своїх акціонерів, у формі прибутку. Компанії, які при кожному продажі товару приносять більшу цінність, мають більше позицій для отримання прибутку, ніж ті, що приносять меншу вартість. Тому з кожним роком все більш актуальним стає поняття «ефективне управління ланцюгами створення вартості», так як воно включає в себе різноманітні технології методів аналізу, що забезпечують прийняття правильних управлінських рішень при формуванні на кожному із етапів цінностей, які в результаті мають синергійний ефект на вартість бізнесу та відіграють важливу роль при задоволенні потреб ключових стейкхолдерів.

Термін ланцюг створення вартості можна відносити до різних видів господарської діяльності та процесів, пов'язаних із створенням товару або виконанням послуги. Ланцюг створення вартості може складатися з декількох етапів життєвого циклу товару чи послуги, включаючи дослідження та розробки. Майкл Е. Портер з Гарвардської школи бізнесу є першим хто представив поняття ланцюжка створення вартості. Портер, який також розробив модель п'яти сил, щоб показати підприємствам, де вони займають конкурентну позицію на поточному ринку, обговорив концепцію ланцюжка створення вартості у своїй книзі "Конкурентні переваги: створення та підтримка вищої ефективності". У книзі Портер розділяє діяльність бізнесу на дві категорії: основна та допоміжна [1].

Таблиця 1 —Складові основних видів діяльності [1]

Складові	Опис
Вхідна логістика	включає прийом, зберігання та розподіл сировини, яка використовується в процесі виробництва.
Операції	це стадія, на якій сировина перетворюється на кінцевий продукт.
Вихідна логістика	це розподіл кінцевого продукту серед споживачів.
Маркетинг	включають рекламу, організацію продажів, канали розподілу, ціноутворення та управління кінцевим продуктом, щоб забезпечити його націлювання на відповідні групи споживачів.
Сервіс	це заходи, необхідні для підтримання продуктивності виробу після його виготовлення

Таблиця 2 — Структурні елементи допоміжної діяльності [1]

Складові	Опис
Закупівля	це спосіб отримання сировини для продукту.
Розробка технологій	може бути використана на стадії досліджень і розробок, при розробці та розробці нових продуктів та в автоматизації процесів.
Управління людськими ресурсами	включає діяльність, пов'язану з наймом та утриманням відповідних працівників, які допомагають розробляти, будувати та продавати товар.
Інфраструктура фірми	відноситься до структури організації та її механізмів управління, планування, бухгалтерського обліку, фінансів та контролю якості.

Управління ланцюжком створення вартості - це процес організації всіх видів діяльності для їх правильного аналізу. Мета полягає в тому, щоб налагодити спілкування між керівниками на кожному етапі, з метою забезпечення якомога плавнішого передавання товару в руки споживачів. Управління цією діяльністю може включати переробку різних систем, структур, процесів тощо. Створення стратегії розвитку процесів є ключовим для збереження вартості компанії [4]. Це допомагає бізнесу зрозуміти, які саме сфери їм потрібно зміцнити, і як вони можуть зменшити витрати. А також дозволяє підприємствам вирішувати, що найважливіше, думаючи про цінність, яку вони хочуть створити.

Таблиця 3 — Підходи до аналізу ланцюжка вартості [2]

Вигідна вартість	Перевага у диференціації
Цей підхід застосовується, коли організації намагаються конкурувати за витратами і хочуть зрозуміти джерела своїх вигідних або невигідних витрат і які фактори обумовлюють ці витрати (хороші приклади: Amazon.com, Wal-Mart, McDonald's , Ford , Toyota)	Фірми, які прагнуть створити вищі товари чи послуги, використовують підхід диференціації переваг (хороші приклади: Apple , Google, Samsung Electronics , Starbucks)

У методі «вигідна вартість» після визначення основних та допоміжних видів діяльності підприємства слід визначити драйвери витрат для кожного виду діяльності. Драйвер витрат - це те, що впливає на вартість діяльності або процесу. Драйвери витрат можуть включати наступне [2]:

- час роботи;
- використання та налаштування машини;

- ставки заробітної плати;
- матеріали, що використовуються для виготовлення виробів;
- доставка.

Потім потрібно визначити зв'язок між діяльністю, знаючи, що якщо витрати зменшуються в одній галузі, вони можуть зменшитися в іншій. Потім можна визначити можливості зменшення загальних витрат.

Метод «перевага у диференціації» включає визначення видів діяльності, які створюють найбільшу цінність для споживачів, тобто є пріоритетом. Вони можуть включати наступне [2]:

- використання відносних маркетингових стратегій;
- знання про продукти та системи;
- виправдання очікувань клієнтів.

Наступним кроком є оцінка цих стратегій для покращення вартості. Зосередження уваги на обслуговуванні клієнтів, збільшення можливостей для налаштування продуктів чи послуг, пропонування стимулів та додавання характеристик товару - це деякі із способів поліпшити цінність діяльності. Далі, підприємства повинні визначити диференціацію, яку можна зберегти і яка додає найбільшу цінність [3].

Отже, використання методології оцінки ланцюга вартості бізнесу сьогодні використовується багатьма відомими компаніями з метою створення якісного продукту та зменшення витрат. Внаслідок цього для бізнесу формуються такі переваги від його використання:

- відбувається краще планування продуктів, дослідження та розробка шляхом створення міжплатформених команд;
- стандартизація процесів шляхом вимірювання метрик бізнесу;
- зниження собівартості за рахунок оптимізації компонентів або видів діяльності ланцюжка створення вартості.

Література

1. Tim S. What is a value chain analysis? 3 [Електронний ресурс] / Stobierski Tim. – 2020. –URL: <https://online.hbs.edu/>. Дата звернення: 24.04.2021
2. Beers B. Value Chain Analysis: Advantages and Disadvantages [Електронний ресурс] / Brian Beers. – 2020. – URL: <https://www.investopedia.com>. Дата звернення: 24.04.2021
3. Kiesha F. 4 Reasons You Need Value Chain Analysis in Your Life [Електронний ресурс] / Frue Kiesha. – 2017. –URL: <https://pestleanalysis.com>. Дата звернення: 24.04.2021
4. Gomez J. 8 key benefits of effective supply chain management [Електронний ресурс] / John Gomez. – 2021. – URL: <https://6river.com>. Дата звернення: 24.04.2021

Хвастунов Н. О.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Дмитренко А. І.

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ФУНДАМЕНТ ДЛЯ СТАРТУ БІЗНЕСУ

Сучасні тенденції розвитку підприємницької діяльності не дають спокою сьогоденним бізнесменам. Кожного року на ринку з'являються нові гравці, з якими треба конкурувати і, які з кожним роком встановлюють вищі планки ведення бізнесу. Для успішного старту компанії підприємець використовує багато інструментів для того, щоб досягти мети, а саме прибутку і стабільності своєї справи. Для того, щоб його старт був впевнений і безперебійний бізнесмен використовує один з найефективніших інструментів прогнозування і аналізу справи – бізнес-планування. Даний процес дозволяє бізнес-ініціатору розглянути свій задум через призму адекватності. Розрахунки, фінансовий прогнози будуть, як найкраще ілюструвати потенціал майбутньої справи.

Метою дослідження є аналіз інструменту бізнес-планування для підприємців, які прагнуть до створення власної справи. Розгляд бізнес-плану, як ключового документа при створенні компанії і залученні в неї інвестицій.

Актуальність проблеми бізнес-планування на територіях пост-радянських країн є на досить високому рівні. Українське бізнес-суспільство не є виключенням. Актуальність бізнес-планування для забезпечення успішності бізнесу не викликає сумнівів серед науковців, однак вітчизняні підприємці досі не розуміють повноти спектру позитивних результатів даного процесу. Нині бізнес-план можна розглядати, як конкуренту перевагу серед інших, а не нормативний документ, яким користується бізнесмен для аналізу власної справи.

Методи дослідження. До методів дослідження даного питання відноситься аналіз теоретичних статей, аналіз рейтингу легкості старту бізнесу, розгляд законодавчої бази державних регулювань у сфері бізнес-планування.

Огляд фахової літератури. Розгляд питання бізнес-планування для старту підприємницької діяльності широко опрацьований багатьма науковцями. Теоретичний аспект бізнес-плану глибоко розглядається в наукових працях таких людей, як Пекна Г.Б та Білокур Г.В, Новосьолов І.В. Дані статті дають повне розуміння про сучасний стан планування у бізнесі і пояснюють його теоретичну частину.

Прикладний аспект саме для українського суспільства гарно описаний у працях даних особистостей: Діденко Є. О та Нянчур Б. С, Кондратюк О. М і Пшеничний В.І. Опрацювавши джерела інформації можна зробити висновок, щодо досить суперечливого теоретичного становища бізнес-плану і його прикладний аспект через призму української бізнес громади.

Результати дослідження. У сучасному світі явища стартапів є дещо новим, але вже там існує багато нюансів. Кожен хто має яскраву на його погляд бізнес-ідею, яка в певній мірі зможе задовільнити відповідну цільову аудиторію споживачів, прагне дану ідею здійснити і зробити фінансово успішною. Для того, щоб реалізувати свою ідею бізнес-ініціатор потребує залучення коштів. В залежності від бізнес-моделі, яку підприємець продумує у себе в голові, він віддає перевагу або інвесторові або банку-кредитору, які в свою чергу будуть аналізувати перспективи проекту і оцінювати ризики вкладу грошей у даний бізнес. Щоб якнайкраще представити свою бізнес-ідею підприємець повинен керуватися переліком принципів, для розвитку успішного бізнес-плану:

- ✓ достовірність даних;
- ✓ актуальність інформації;
- ✓ чіткість даних;
- ✓ повнота відображення інформації.

Якщо підприємець буде при створенні власного бізнес-плану керуватися даними принципами, то його план матиме більше шансів залучити інвестовані або кредитні гроші для своєї ідеї.

Проблематика старту бізнесу в Україні можна прослідкувати за рейтингом легкості старту бізнесу (табл. 1).

Таблиця 1 — Динаміка місця України у рейтингу Світового банку Doing Business за компонентом легкості старту бізнесу

Рік	2016	2017	2018	2019	2020
Місце	30	20	52	56	61

Джерело: розроблено автором на основі [5]

Дивлячись на показники із таблиці один, можна зробити висновок, що починаючи з 2018 року, все складніше стало розпочинати власну справу і, нажаль, даний рейтинг погіршується з кожним роком. Якщо подивитися на даний рейтинг через призму бізнес-планування, то треба зазначити, що в країнах, які знаходяться вище, згідно з даним рейтингом, держава регламентує розробку бізнес-плану і стимулює людей у яких є бізнес-ідея до розробки бізнес-планів, надають їм консультації та законодавчо закріплюють питання впровадження планування у підприємницьку діяльність. В Україні даний процес не має законодавчого фундаменту і загалом підприємці цілком не розуміють навіщо їм план власної компанії. Але даний процес розвивається і має свої плоди. В Україні з 2019 року почала діяти програма «УФС» або «Український фонд стартапів», який надає кошти для старту власної справи. Основною вимогою для подання заявки є бізнес-план, який повинен містити наступні інформаційні блоки:

- ✓ команда;
- ✓ ринок;
- ✓ продукт;
- ✓ технологія;
- ✓ стратегія.

Тобто залучається адаптація європейської моделі старту бізнесу, де для початку створення власної справи є нагальна потреба у бізнес-плані. Але у даному випадку є нюанси. Початківець у створенні компанії, не до кінця розуміє, як він повинен дані описувати вище перераховані інформаційні блоки. Також люди без досвіду не досить розуміють, як правильно розробляти даний план, не розуміють чіткої структури, бо в законодавство України не підкріплює чітку структуру для даного поняття, а тільки дає методичні рекомендації. Тобто вітчизняний інноватор, який має бажання створити власну фірму стикається з інформаційним бар'єром, бо він не знає як правильно оформити бізнес-план, оформити його структуру, розрахувати фінансові показники і ризики.

Існує досить мала кількість асоціацій і спілок, засновниками яких є приватні особи, які прагнуть навчити бізнес-спільноту сучасним тенденціям ведення бізнесу. Прикладом

може виступати спілка підприємців «Стіна», яка була заснована у 2009 році, основними послугами, якої є навчання, тренінги, розробка бізнес-планів. Дана спілка залучала інвесторів і проводила конкурс бізнес-планів, де 3 підприємці отримали кошти для реалізації своєї бізнес-ідеї. Також намагаються розвивати поняття бізнес-планування такі спільноти: «Єдність», «ВінАрт» та ін. У тому числі треба виділити товариство фахівців з промислового менеджменту, вони, починаючи з 2000 року, проводять курси, які допомагають у розробці бізнес-планів для початківців. Але всі ці спільноти це лише мала частина, яка повільно, але рухає розвиток підприємництва та планування в Україні.

Отже, бізнес-планування у цілому – це достатньо складний процес, але без нього підприємець не зможе залучити інвестиції або не зможе взяти кредит, щоб реалізувати свою бізнес-ідею. Даний документ повинен всебічно описувати ризики підприємства, щоб якнайкраще представити його інвестору, або просто проаналізувати перспективу розвитку компанії у майбутньому.

Українське законодавство поки не регламентує поняття плану на рівні обов'язкового документу. Але бізнес-ініціатори повинні розробляти даний документ, щоб залучити фінансову допомогу для розвитку свого бізнесу. Для залучення інтересу для створення власного бізнесу, залучення додаткових інвестицій і загалом забезпечення легкості створення власної справи. Також для більш стрімкого розвитку даного поняття українська влада повинна законодавчо закріпити поняття «Бізнес-план» і розробити програму для консультаційної допомоги для новачків, які мають ідею і прагнуть до її реалізації.

Література

1. Пекна Г. Б., Білокур Г. В. Бізнес-планування та його роль у сучасних умовах розвитку України. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. С. 196–202.
2. Новосьолов І. В. Сучасний стан бізнес-планування в Україні. 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/174.pdf>.
3. Діденко Є. О., Нянчур Б. С. Бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством. 2016. С. 78–81. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/19.pdf.
4. Кондратюк О. М., Пшеничний В. І. Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. С. 90–94. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/26_1_2019ua/19.pdf.
5. Doing Business rating. URL: <https://www.doingbusiness.org/>.

Шелест З. А.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Страхова діяльність є вагомим фактором у здійсненні соціально-економічного розвитку будь-якої держави, у тому числі і України. Прогрес ринку страхових послуг надає змогу різним підприємствам та домогосподарствам відчувати себе впевненим у майбутньому, незалежно від можливості настання ризиків.

Успішний розвиток ринку страхування, а також підприємств, що спеціалізуються на наданні таких послуг, здебільшого забезпечується за допомогою державного регулювання страхової діяльності, постійної диверсифікації страхових послуг та удосконалення системи законодавства. На сьогодні український ринок страхування переживає трансформаційний етап розвитку страхових відносин, тобто відповідні органи державної влади, які вповноважені здійснювати контроль за страховою діяльністю підприємств, намагаються покращити та створити нову систему регулювання яка відповідатиме страховим директивам Європейського Союзу. Але зважаючи на поточну економічну ситуацію, яка склалася в Україні через пандемію розвиток реформування ринку страхових відносин призупинився на невизначений період.

Дослідження стану страхового ринку в Україні займаються : В. Д. Базилевич, О. Ю. Сова, О. В. Золотарьова, ці автори здебільшого зосереджують свою увагу на аналізі статистичних даних розвитку ринку страхування [1-3].

Актуальною проблемою розвитку страхового ринку в Україні є недовіра населення до діяльності страхових компаній через низку факторів. Так, можна стверджувати, що приблизно 65-80% людей не довіряє страховим компаніям через негативний досвід роботи з ними, також відіграє роль недостатня поінформованість щодо можливості отримання страхових послуг та відсутність впевненості в тому, що потенційна страхова виплата буде здійснена вчасно і в повному обсязі. Все це свідчить про недосконалість законодавства, яке здебільшого захищає права страхових компаній, та нівелює права інших суб'єктів страхових відносин (страхувальників).

Розглядаючи ринок страхових послуг в Україні потрібно звернути увагу, що його вважають малорозвиненим у порівнянні з ринками світового страхового сектору. Так за дослідженнями НБУ ринок страхування є незначним за розміром активів та рівнем споживання страхових послуг. Якщо визначити відношення страхових премій до ВВП, то показник проникнення страхування у життя населення складе не більше 1,4%. Для порівняння, у країнах Європи цей показник складає приблизно 5%, а в країнах світу – 6%. Іншим важливим показником розвитку страхового ринку є показник щільності страхування, який показує скільки коштів в середньому витрачає одна особа на страхування. В Україні він знаходиться на дуже низькому рівні і складав в 2018-2019 році приблизно 34 дол. США. За різними рейтингами експертів ці показники знаходяться у інтервалі з 70 до 80 місця з-поміж країн, які інтегровані у світовий ринок страхування, тому можна вважати, що Україна демонструє низький рівень захисту своїх громадян у вигляді здійснення страхової діяльності.

Сучасний стан ринку страхових послуг варто розглянути за основними показниками функціонування ринку, так, за даними Національної комісії фінансових послуг (табл. 1)

станом на 2020 рік в Україні зареєстровано приблизно 233 компанії, які здійснюють страхову діяльність, з яких 210 спеціалізуються на загальному виді страхування, а інші 23 – на страхуванні життя. Як ми можемо спостерігати, кількість компаній постійно зменшується. Протягом двох років з ринку страхових послуг пішла 61 компанія (приблизно 21% від загальної кількості). Зменшення кількості компаній зумовлюється специфічним ціноутворенням великих страхових компаній, які таким чином намагаються усунути конкуренцію на ринку та продати більше послуг споживачам. Іншими словами вони використовують демпінг цін, що призводить до того, що маленькі компанії стають менш платоспроможними та врешті-решт анулюють свої страхові ліцензії.

Таблиця 1 — Динаміка кількості компаній у 2018-2020 роки [4]

Кількість страхових компаній	Станом на 01.01.2018	Станом на 01.01.2019	Станом на 01.01.2020
Загальна кількість компаній в Україні	294	281	233
Кількість компаній загального страхування	261	251	210
Кількість компаній страхування життя	33	30	23

Іншою недосконалістю ринку страхових послуг України є незначна частка страхування життя. На відміну від більш розвинутих країн, в Україні здебільшого працюють компанії загального виду страхування, частка страхових премій, яких займає майже 95% від загальної кількості. Враховуючи ці показники, можна сказати, що страхування життя є непоширеним у нашій країні та у більшості випадків здійснюється з ініціативою роботодавця, а не з власного бажання громадян.

Водночас зі зменшенням кількості страхових компаній, спостерігається збільшення розміру валових страхових премій (рис 1.). При цьому ж, рівень страхових виплат зберігається на одному й тому самому рівні, а саме в діапазоні 24-27%. Це відбувається через те, що зараз ринку у наявності страховиків знаходяться здебільшого низько ліквідні активи. Саме це змушує страхові компанії зменшувати свої виплати суб'єктам страхових відносин або навіть при певних подіях не виплачувати відшкодування зовсім. Держава як регулятор страхового ринку повинна контролювати активи за додержанням ліквідності, але через недосконале законодавство вона не має змоги отримувати інформацію щодо терміну потенційних виплат, тому для неї стає неможливою проведення оцінки розриву ліквідності активів.



Рисунок 1 — Динаміка валових страхових премій та рівня виплат за 2005-2019 рік
Джерело: [5].

На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що найбільшими проблемами, які стають перепонами до розвитку страхового ринку в Україні є:

- Недовіра до діяльності страхових компаній;
- Низька обізнаність споживачів щодо можливості отримання страхової послуги;
- Нівелювання прав страхувальників у разі виплати відшкодування;
- Специфічне ціноутворення розміру страхових премій та виплат (демпінг цін);
- Низька платоспроможність та ліквідність компаній;
- Недосконала система регулювання та контролю;

Отже, можна констатувати, що на даний момент ринок страхових послуг в Україні перебуває на перехідному етапі свого розвитку. З однієї сторони на ньому існує багато невирішених проблем, які сповільнюють його ріст, з іншого, державні органи, які контролюють та регулюють страховий ринок намагаються створити ефективну систему страхування відповідно до вже існуючих директив Європейського Союзу.

Для удосконалення системи страхування в Україні насамперед потрібно провести ряд заходів, які дозволять підвищити рівень захисту споживачів страхових послуг та платоспроможність страховиків:

1. Визначити стратегію розвитку ринку страхових послуг в Україні;
2. Підвищити рівень прозорості страхових компаній та контролю над ними у вигляді фінансового моніторингу і перевірки розрахунку страхових премій (впровадження пруденційного нагляду);
3. Провести роз'яснювальну роботу з населенням щодо можливості отримання страхових послуг та популяризації страхування життя;
4. Якнайшвидше привести рівень нашого законодавства до європейського.

Література

1. Золотарьова, О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні. *Економіка і суспільство*: електронне наукове фахове видання. Мукачеве, 2017. №4. С. 413-420. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-11-2017.pdf#page=413>. (дата звернення: 21.04.2021).

2. Базилевич В.Д., К. С. Базилевич., Пікус Р. В., Філонюк О.Ф., Черняк О. І. Страхова справа: підручник. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2008. С. 125-131.

3. Сова О. Ю. Основні тренди страхового ринку України. *Вчені записки університету "КРОК"*. Київ, 2018. №3. С. 59-67.

4. Підсумки діяльності страхових компаній за I квартал 2020 року. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. *Офіційний сайт Національної комісії фінансових послуг України*. 2020. С. 4. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk_I_%202020.pdf. (дата звернення: 22.04.2021).

5. Біла книга «Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні». *Національний банк України*. 2020. С. 6 URL: <https://bank.gov.ua/news/all/bila-kniga-maybutnyeregulyuvannya-rinku-strahuvannya>. (дата звернення: 22.04.2021).

Шуберт М. П.

073 «Менеджмент», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Чухраєва Н. М.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ

Сьогодні інформаційні технології є динамічним сектором української економіки. Українські IT-стартапи успішно залучають інвестиції. Бізнес, який існує на рівні ідей, перші організаційні кроки з необхідною експертною та фінансовою підтримкою можуть дуже швидко дати вражаючі результати. До підтримки стартапів на кожному етапі долучаються бізнес-інкубатори, акселератори, орієнтовані на успішний IT-сектор. Але у разі успішної реалізації проекту, інвестування якого починається від розробки ідеї до її комерціалізації, плата за таку підтримку здійснюється в обмін на 5-15% частки майбутньої компанії.

Бізнес-інкубатор – це така організація, яка на певних умовах і на певний час дає приміщення спеціальне обладнання та власне майно учасникам організації малого та середнього бізнесу, що здійснюють свою діяльність з метою отримання фінансової самостійності. Як визначено Національною асоціацією бізнес-інкубації США, бізнес-інкубатори є "динамічним процесом розвитку підприємства". Їх головна мета - допомогти тим, хто хоче відкрити власний бізнес, стати фінансово життєздатним та автономним.

Бізнес-інкубатори надають повний спектр послуг:

- інфраструктура (офісні приміщення, оренда обладнання, комунікаційне обладнання),
- навчання та наставництво,
- доступ до глобальної мережі,
- тематичний інвентар,
- експертиза та поради,
- співпраця з глобальними інкубаторами,
- підтримка.

Серед фірм, які скористалися послугами бізнес-інкубаторів, 85% мають успіх (близько 90% з них - фірми, пов'язані з IT). За статистикою, близько 30% нових підприємств виживають самостійно [1].

Кількість бізнес-інкубаторів у світі за останні роки стрімко зростала - зараз вона

досягла 4000: у США - 25%, у Європі - 20%. Сьогодні в Україні з IT-стартапами працюють 7 бізнес-інкубаторів, з яких:

- "Happy Farm" - проекти в галузі IT, телекомунікацій, біотехнологій;
- "GrowthUp" - це перший бізнес-інкубатор в Україні, амбіційна мета якого - створити цілу галузь технологічного бізнесу,
- "WannaBiz" - проекти в галузі мобільної та веб-розробки;
- "iHUB" - центри інновацій та підтримки підприємництва у Східній Європі, в пулі засновників норвезького уряду не отримують частки в проектах.
- "Politeko" - це молодіжний IT-проект, заснований на KPI, тісно співпрацюючи з науковим парком "Київська політехніка".

- перший неприбутковий інкубатор IT-проектів на основі відкритих даних «Інкубатор відкритих даних 1991» - SocialBoost запущений 16 лютого 2016 року за підтримки Microsoft Україна та Уряду України. [2]

Терміни бізнес-інкубатори та стартапи / бізнес-акселератори часто використовуються як синонімічні слова. Стартап - акселератори, які зараз найпоширеніші в галузі Інтернет-підприємництва, працюють за іншими принципами, хоча і пов'язаними між собою. Як правило, такі програми включають високотехнологічні проекти, які експерти оцінюють як перспективні. Зазначені «програми-прискорювачі» забезпечують інвестиції для швидкого виходу на ринок, інфраструктури, наставництва (технології, фінанси, юридичні консультації, управління, семінари та інструктаж від успішних бізнесменів), спілкування з інвесторами. Це означає, що такими «прискорювачами» бізнесу являються організації, які є набагато серйознішими за інкубатори. За підтвердженням Viewdle, експерта з комп'ютерного зору - українського стартапу для розпізнавання обличчя мобільними пристроями, найкращі з таких компаній в майбутньому вийдуть на новий рівень, пов'язаний з заключенням великої кількості угод. [3]

Ще одним прикладом успішної підтримки інноваційного проекту є український стартап Ecois.me, який розробляє систему управління енергією вдома на основі власного пристрою, який долучився до програми London Virgin Media Accelerator, заснованої відомим підприємцем Річардом Бренсоном. Після завершення програми проект отримує до \$ 120 000. У 2014 році стартап виграв приз на конференції IDCEE у Києві, а потім провів успішну краудфандингову кампанію на платформі Indiegogo. [4] Робота над цим проектом була побудована на дотриманні командою спільного бачення проекту щодо майбутнього України, в якій кожна людина може мати комфортне і якісне життя, що і призвело до успішної його реалізації..

Однак, за Постановою Кабінету Міністрів України від 17 липня 2001 р. No 289-р "Про сприяння створенню та функціонуванню бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів", незважаючи на офіційну державну підтримку, їх функціонування гальмується через невизначеність правового статусу та відсутність державного фінансування. Результат такої ситуації призводить до закриття програм після закінчення їх фінансування оскільки в Україні бізнес-інкубатори були відкриті за кошти міжнародних донорських організацій. Щодо Європи, то 70% операційних витрат бізнес-інкубаторів покриваються грантами. [5]

Отже, можемо зробити висновок, що Україна активно інтегрує бізнес-інкубатори та акселератори в своє життя. Позитивні сторони – це в першу чергу відкриття нових можливостей для людей, які мають тільки ідею і хочуть її реалізувати, співпрацювати можна і в своїй країні, не потрібні закордонні гранти. Також бізнесмени та інвестори, як українські, так і іноземні, можуть допомагати українцям своїми коштами або знаннями. При реалізованій ідеї проекту та успіху її в Україні є можливим вихід і на міжнародний ринок, тому інвестори не втрачають можливості працювати із іноземними країнами. З негативних сторін слід сказали, що для старту або при ЧП ситуації можна не розраховувати на підтримку держави, вам дуже пощастило, якщо ви знайшли нового

інвестора та не встигли все втратити. Нашій країні ще потрібно пройти великий шлях до досягнення високо рівня роботи із інноваціями та інформаційними технологіями, але дуже приємно усвідомлювати, що перші кроки вже були зроблені.

Література

1. Кусакова Ю. О., Костюк В. О. Світовий досвід підвищення економічної безпеки держави через діяльність бізнес-інкубаторів. Ефективна економіка. 2017. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=5650>
2. Порівняльний аналіз функціонування найбільш затребуваних ІТ бізнес-інкубаторів України URL: <http://tempus.nung.edu.ua/uk/news/>
3. Украинские стартапы привлекли более \$10 млн за полгода. Лігабізнесінформ. 2015. URL: <https://biz.liga.net/all/it/novosti/ukrainskie-startapy-privlekli-bolee-10-mln-za-polgoda>
4. Украинский стартап Ecoisme привлек инвестиции и попал в акселератор Ричарда Брэнсона. Дело. 2016. URL: <https://delo.ua/business/ukrainskij-startap-ecoisme-privlek-investicii-i-popal-v-akselera-313380/>]
5. Розпорядження Кабінету міністрів України "Про сприяння створенню і діяльності бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів" від 17 липня 2001 р. N 289-р Київ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/289-2001-%D1%80#Text>

Модератор секції —

Лаврененко В. В., канд. екон. наук, професорка

Козловська К. Д.

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

Науковий керівник – доц. Дмитренко А. І.

ІННОВАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У СФЕРІ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ

Наприкінці ХХ століття почали стрімко відбуватися зміни в житті, суспільному розвитку, енергетиці, економіці, освіті, управлінні, безпеці (оборонна й космічна галузі) та інших сферах практично всіх країн світу. Основними причинами цього росту стали процеси розвитку та поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), локальних мережевих технологій й мережі Інтернет, глобалізація і конвергенція, як взаємопроникнення у бізнес-процеси учасників цифрової екосистеми. На даний час у сучасному світі ІКТ формують новий технологічний базис суспільства, пропонуючи нові технологічні тренди пов'язані з «розумними» застосунками (додатками), цифровізацією та розвитком можливостей штучного інтелекту (ШІ).

Готовність використовувати інструменти цифрової аналітики залишається серйозним викликом для більшості підприємств торгівлі України, зважаючи на швидкі темпи розвитку електронної комерції, автоматизації логістики та роботизації складських операцій тощо. Електронне (дистанційне) навчання стає ключовим інструментом в адаптаційному навчанні, підвищенні кваліфікації та розвитку працівників мережевих підприємств, які прагнуть готувати конкурентоздатних фахівців. Найбільш інноваційні світові рітейлери вже використовують їх для поліпшення взаємодії з клієнтами і вдосконалення процесів аналітики [2, с.14].

Методи дослідження передбачають визначенні сутності цифрових компетенцій (digital competence), аналіз підходів, тенденцій використання та перспектив розвитку цифрових кадрових технологій у кадровій безпеці сучасного суб'єкта господарювання.

Питання цифровізації управління кадрами знаходяться в центрі наукового пошуку багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Значний теоретико-прикладний доробок у даній царині створили Жуковська В.М., Нагибіна Н. І., Щукина А. А., Куйбіда В.С., Циганок А., що аналізували специфіку розвитку бізнес-аналітики та цифрових технологій у сфері HR-менеджменту.

Аналізуючи програми розвитку окремих великих країн, ЄС можна зробити висновки, що розвитку технологій та проектам цифровізації (діджиталізації) надається дуже велике значення, розробляються програми підтримки стартапів, формуються комфортні умови для їх розвитку. Так, наприклад в 2016 році Європейська Комісія розпочала першу промислову ініціативу Єдиного Цифрового Ринку. Глибоко розуміючи різні

національні ініціативи з цифровізації промисловості, Комісія пропонувала вжити заходи щодо основних напрямків, які включають використання інструментів політики, фінансової підтримки, координації та законодавчих повноважень для стимулювання, як державних, так і приватних інвестицій у всіх галузях промисловості, а також на державному рівні створювати умови для цифрової промислової революції.

Загальна мета цієї стратегії полягає в тому, щоб забезпечити в Європі можливість у повному обсязі скористатися існуючими цифровими новинками з будь-якої галузі, щоб модернізувати свою продукцію чи послуги, вдосконалювати процеси та адаптуватись до цифрових змін. Реалізація стратегії вимагає динамічного розвитку цифрового сектору в країнах Європи й повної інтеграції цифрових інновацій у всі сектори промисловості, економіки та державного управління. Стратегія базується на амбітних спільних зусиллях із залученням громадськості, державних та приватних зацікавлених сторін на регіональному, національному, різних рівнях європейських спільнот та організацій.

Сучасна економіка розвивається, базуючись на використанні новітніх інноваційних технологій, аналізі великих масивів інформації, розробці нових систем управління, що призводить до корегування принципів конкурентних відносин. На даний час конкурентна боротьба вийшла за межу традиційних (теоретичних) уявлень, зараз її подають як спосіб формування нових ринків товарів, послуг, технологій систем управління. Можливості нових цифрових платформ змінюють уявлення й розуміння сутності економічної безпеки суспільства (та й окремо кожної людини), породжуючи нові загрози та виклики для учасників суспільних, політичних, економічних і правових процесів (у тому числі комунікацій та зв'язків). Ці процеси (а це доволі масштабне явище) базуються на багатьох технологічних особливостях обробки інформації в цифровій та паперовій формі, коли відбувається її інституціональна трансформація. По суті, це є «стресом» для консервативної системи, потужним дестабілізуючим фактором для стійкого розвитку будь-якої країни, про що необхідно відверто і професійно говорити.

Для того, щоб реалізувати навіть найбільш інноваційну ідею, недостатньо мати гроші та автора ідеї – потрібні люди, які зможуть втілити в життя цю ідею, вдосконалити її, завоювати ринок та розробити план розвитку. Це завдання для співробітників рекрутингових агенцій або робітників компанії, які займаються підбором майбутнього персоналу. Необхідно зазначити, що оцінка фахових здібностей майбутнього співробітника на гарантує того, що цей працівник буде ефективно виконувати роботу, дотримувати усі правила, стандарти та цінності компанії, або не вчинить якогось правопорушення (крадіжки майна або інформації) [4, с.17].

Вивчення потенційного кандидата на вакантну посаду в компанію це завдання для співробітників кадрової безпеки (це більш характерно для вітчизняних компаній, в іноземних компаніях вивченням репутації та можливих ризиків займаються окремі структури – рекрутингові чи детективні агенції). Процес визначення благонадійності (відповідності кандидата усім критеріям та відсутності негативних моментів у біографії, які неприйнятні для майбутнього працедавця) досить тривалий процес, що вимагає багато часу та інших ресурсів. Перевірка наданих кандидатом відомостей про себе, родину, попередні місця праці, освіти потребує організації комплексу заходів щодо підготовки запитів, пошуку інформації у різноманітних джерелах (а їх досить багато, з урахуванням державних реєстрів та безлічі соціальних мереж), проведення тестування кандидата та аналізу результатів. Результатом роботи фахівця з кадрової безпеки є сформована матриця ризиків потенційного кандидата – оцінка його відкритості та

лояльності, розуміння поведінки в різних обставинах (стрес, необхідність працювати у вихідні, складні відносини з колегами та інше), внутрішні цінності та їх відповідність філософії компанії, готовність виконувати усі правила та вимоги компанії.

Цифровізація та інноваційні розробки, які здатні обробляти великі масиви даних та здійснювати пошук необхідної інформації у різних джерелах, допомагають співробітнику кадрової безпеки прискорити процес перевірки кандидатів. Так, існують програмні комплекси, які за стислий час автоматично збирають інформацію з різних державних та приватних реєстрів та надають відомості, що дозволяють проводити аналіз та формувати результати перевірки (розробляти матрицю ризиків). Найбільш поширені програмні продукти «СПАРК», «Агенція корпоративної інформації», «Страбіс», та інші.

Також на ринку наявний широкий спектр програмних комплексів для проведення тестування, які використовують алгоритми програмного штучного інтелекту та повну картину ризиків об'єкта дослідження, в незалежності від спроб тестованого приховати реальне відношення по суті питання (раніше використовувались паперові засоби або програми з простими тестами, які не відображали необхідних ризиків кандидата та рис особистості, на які треба звернути увагу). Найбільш потужні та комплексні алгоритми аналізу об'єкта дослідження використовуються у тестових системах «Midot», «DIPT Integrity».

Стратегічним завданням цифрової трансформації бізнесу є застосування комплексу заходів партнерства з IT-підприємствами для поширення найкращих цифрових практик (використання BigData, когнітивних функцій (augmented intelligence), що відповідають вимогам глобального розвитку бізнес-середовища) [1]. Необхідно зазначити, що, незважаючи на допомогу досягнень цифровізації та інноваційних проєктів, вказані програмні комплекси є тільки помічниками, інструментами, які дозволяють зібрати первинні відомості для вивчення та аналізу, скоротивши витрати часу співробітника кадрової безпеки. Тільки розуміння людської суті, впливу емоцій, мотивації та інших людських властивостей (які не вкладаються в програмний математичний аналіз, навіть із використанням алгоритмів штучного інтелекту) можуть виявити усі ризики кандидата, в тому числі реальну мотивацію (виключно значна оплата праці, цікава робота, можливість фахового та професійного розвитку та навіть виявлення інсайдерів конкуруючих компаній).

Тому складно переоцінити роль кадрової безпеки, необхідність високого рівня професійних навичок співробітника кадрової безпеки, щоб мати якісні та фахові результати перевірки кандидатів, бути спроможним прийняти правильне, виважене управлінське рішення щодо працевлаштування потенційного кандидата (розуміючи усі ризики та можливі варіанти керування цими ризиками). Подальший розвиток цифрових HR-технологій формує конкурентну перевагу підприємству, надаючи більший вплив у зниженні собівартості, а також усуває наявні перешкоди (рутини) в управлінні персоналом.

Література

1. Digital у HR: інструменти, автоматизація і використання цифрових технологій в управлінні персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biznesoblast.com/biznes/59418/> (дата звернення: 28.04.2021).

2. Жуковська В.М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток / В.М. Жуковська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. № 2. 2017. С. 13-17.

3. Жуковська В.М. Цифрові технології у стимулюванні інноваційного розвитку підприємств торгівлі / В.М Жуковська // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : Міжнар. Х бізнес-форум (Київ, 21.03.2017) ; відп. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2017. – С. 68–70.

4. Нагибина Н. І., Щукина А. А. HR-digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами / Интернет-журнал «Науковедение», Т.9. 2017. 17 с.

5. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу : аналіт. зап. / [В. С. Куйбіда, О. М. Петроє, Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук]. – Київ : НАДУ. 2019. 28 с.

6. Циганок А. Украинские предприятия начинают внедрять технологии big data и монетизировать «большие данные» / А. Циганок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.lisportal.org.ua/27297/> (дата звернення 27.04.2021).

Колосінська А. П.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Терентьєва О. В.

УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Теперішньому зовнішньоекономічному середовищі з'являється все більше чинників, які мають негативний вплив на функціональність та ефективність підприємств, а відсутність економічної та політичної стабільності, як на території нашої країни та і по всьому світі ще більше посилює цей вплив.

Інноваційна діяльність відображає внутрішні умови діяльності підприємств та інноваційного персоналу, тоді як управлінські інновації спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств, оскільки вони спрямовані на зміну структури управління компанією та вдосконалення методів управління персоналом.

Метою даного дослідження є аналіз інновацій в управлінні та їх місце у діяльності підприємства і ефективності управлінських рішень, які спрямовані на розвиток і покращення результатів діяльності підприємства.

В умовах посиленої конкуренції, швидкого технологічного розвитку, складної організації господарських відносин та відносин управління та обмежених ресурсів, компанії змушені знаходити нові та більш ефективні способи використання ресурсів, методів управління, організації роботи та інформаційного забезпечення, інновацій в управлінні та загальних працівників та корпоративних інноваційна діяльність. Ці фактори особливо важливі в сучасному стані національної економіки.

До методів даного дослідження входять теоретичного узагальнення, для представлення поняття управлінських інновацій в стислому форматі, та аналітичний задля проведення порівняльного аналізу та аналізу результатів.

Огляд фахової літератури. Дана тема досить широко розглядається в сучасних

наукових джерела, зокрема висвітлюється необхідність запровадження підприємницьких інновацій на її вплив на конкурентоспроможність підприємства. Проаналізувавши роботи В. П. Доброштан, В.Л. Кришовського, А.І. Білик А.І. можна зробити висновок, що теоретичний аспект інновацій в сфері управління є досить чітко визначеним та існує певна база для реалізації його на практиці.

Однак є роботи, в яких представлений практичний на порівняльний аспект інновацій, саме статті Т. О. Погорелової та О. А. Семенюк, адже важливо зрозуміти яке місце на підприємстві займають управлінські інновації та чим вони відрізняються від інших видів інновацій. Також вище згадані автори висвітлюють питання інструментів реалізації інновацій на підприємстві та перешкоди, які можуть виникнути в ході її запровадження.

Під інновацією управління ми розуміємо особливу форму, яка може змінити існуючі принципи, структури, процедури, методи, технології та / або будь-який елемент організації та системи управління на абсолютно новий зміст, що є результатом творчої діяльності[1 с. 324]. Впровадження управлінських інновацій є ефективним способом забезпечення унікальності та ефективності системи управління підприємством. Це пов'язано з тим, що управлінські інновації не залежать від кожної організації. Багато компаній впроваджують інноваційні продукти, новітні технології виробництва або збуту, але лише деякі організації забезпечують ефективні механізми впровадження управлінських інновацій. Інноваційне управління є результатом інноваційних методів управління з використанням впроваджених керівництвом компанії.

Дослідження сутності управлінської інновації вимагає розуміння різниці між нею та інноваціями у галузях виробництва та технологій. Тому головною особливістю виробничо-технологічних інновацій є їх здатність бути систематизованими для впровадження іншими суб'єктами господарювання. Хоча інновації в управлінні є специфічними, вони реалізуються за допомогою нових управлінських ідей, які, очевидно, важко оцінити, і можуть бути впроваджені протягом року чи кількох років. Нововведення в галузі управління можуть активно оцінювати лише професійні консультанти, які вважають інновації в управлінні успішним досвідом з комерційною цінністю[2 с. 12].

Основними факторами, що заважають формуванню та впровадженню інноваційних стратегій в системі управління діяльністю підприємств, є [3 с. 69]:

- відсутність достатніх фінансових потужностей для формування управлінських можливостей;
- недостатня кваліфікація менеджерів;
- відсутність інформації про ефективні інновації в галузі управління.

Для українських компаній доцільнішим буде впровадження управлінських інновацій, що призведе до змін в організаційній структурі, вдосконалення методів ведення бізнесу та оптимізації внутрішніх резервів, спрямованих на підвищення прибутковості підприємств. Більше того, найголовніше полягає в тому, що розвиток технологій та управлінські інновації поєднуються, оскільки впровадження нових технологій матиме позитивний вплив на управлінські інновації. Для підтримання високої конкурентоспроможності інноваційний менеджмент бізнесу повинен навчитися швидко реагувати на мінливі потреби споживачів і навіть повинен попереджати їх, прогнозуючи нові ринкові тенденції. Це спосіб створення продуктів та послуг, за допомогою якого підприємство певний час може функціонувати без конкурентів на ринку.

Отже, враховуючи вплив трансформації організаційної структури компанії

інноваційне управління є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності компанії та вдосконалення системи фінансового та кадрового управління компанії. Після проведення дослідження слід зазначити, що управлінські інновації є ключовим фактором ефективного розвитку організації, а впровадження унікальних особливостей забезпечить ринку довгострокову конкурентну перевагу. Слід також зазначити, що довгостроковий успіх будь-якої організації залежить від її управлінських можливостей щодо постійних інновацій.

Література

1. Кришовський В. Л., Білик А. І. Управлінські інновації – фундамент в організаційній моделі підприємства та інструмент в підвищенні рівня мотивації персоналу. *Управлінські інновації*. 2018. С. 323–325. URL: <https://content.freelancehunt.com/snippet/acfcc/f1636/912448/Управлінські+інновації.pdf>.
2. Доброштан В. П. Особливості впровадження управлінських інновацій на підприємстві. *Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту*. 2018. С. 11–12. URL: https://science.btsau.edu.ua/sites/default/files/tezy/zbirnik_tez_econ_magistri.pdf#page=11.
3. Семенюк А. О. Інновації як фактор сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник студентського наукового товариства «ватра»*. 2019. № 71. С. 64–70. URL: http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/10_71.pdf#page=64.
4. Погорелова Т. О. Інноваційні технології в управлінні персоналом на сучасному підприємстві. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2018. № 15. С. 101–104. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/36357/1/vestnik_KhPI_2018_15_Pohorielova_Innovatsiini.pdf.
5. Бондарук Ю. С. Інноваційні технології в системі управління підприємством. *Економіка інноваційної діяльності підприємств*. 2019. С. 154–155. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14073/1/NRMSE2019_V3_P154-155.pdf.

Ласкавий А. І.

051 «Економіка», 1 курс магістратури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Дзюбенко Л. М.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕНЕРГЕТИЦІ УКРАЇНИ

В Україні функціонує більше 100 енергопостачальних підприємств, серед яких Атомні електростанції(АЕС), Теплові електростанції(ТЕС), Теплоелектроцентралі(ТЕЦ), Гідроелектростанції(ГЕС), Вітрові електростанції(ВЕС), а також Сонячні-електростанції(СЕС). Найбільш потужні електростанції введені в експлуатацію ще наприкінці ХХ століття, а їх основне та допоміжне обладнання має значний наробіток, тому потребує більш пильної експлуатації та якісного ремонту. І на ряду з низкою зобов'язань взятих Україною в рамках Асоціації з ЕС, потребує модернізації, шляхом

впровадження сучасних цифрових технологій.

З одного боку пріоритетність впровадження інноваційних технологій на вітчизняних підприємствах відзначають вчені суспільних наук, зокрема Кузьмін О.Є, Ілляшенко С.М., Геєць В.М., Швиданенко Г.О., та інші, а з іншого вчені точних наук пропонують конкретні розробки, що підвищують надійність та економічність виробничих процесів, зокрема Пуховий І.І., Черноусенко О.Ю., Бабак В.П., Варламов Г.Б. та інші. Однак сучасна енергетика має досить низьку інноваційну забезпеченість, через низьку економічних та політичних проблем в Україні. Таким чином метою даного дослідження є поєднання принципів інноваційної діяльності підприємства з пропозиціями вчених у сфері енергетики.

Вітчизняна енергетика складається з традиційних та альтернативних методів виробництва електричної енергії. Основні альтернативні методи виробництва електричної енергії це сонячні електростанції, вітрові електростанції, електростанції на біомасі і їх частка у структурі енергоресурсів складає 3-4% та згідно з Енергетичною Стратегією України(ЕСУ) до 2035 року має збільшуватись до 25%, однак основні альтернативні джерела суттєво залежать від погодних умов[1]. Електрична енергія за своїми фізичними властивостями не може бути збережена у великих обсягах, попит на е/е є негнучким тому необхідно постійно балансувати попит і пропозицію в усіх точках системи, оскільки небаланс у будь-якій точці об'єднаної енергосистеми(ОЕС) може мати серйозні наслідки для всієї мережі. Таким чином через об'єктивні недоліки альтернативних джерел, основою для балансування ОЕС залишаються ТЕС та ТЕЦ, що працюють на вуглецевмісних джерелах енергії таких як вугілля, газ, мазут.

В даному дослідженні розглянемо можливі варіанти модернізації операційних процесів у першу чергу на ТЕС та ТЕЦ. В умовах імплементації Третього енергетичного пакета та забезпечення можливості інтеграції з Європейською мережею операторів систем передачі електроенергії (ENTSO-E), необхідно забезпечити надійну та безперебійну роботу (відсутність відмов) обладнання енергетичних підприємств. Оскільки енергетичне обладнання працює безперервно досить довгий час, який може сягати одного календарного року, тому різного роду відмови призводять до недовідпуску електричної та теплової енергії і несуть за собою фінансові та репутаційні витрати. Інноваційним підходом в експлуатації високотехнологічного обладнання є використання методів Моніторингу за станом (Condition Based Monitoring) та Прогнозного обслуговування (Predictive Maintenance) [2]. Condition Based Monitoring (CBM) - моніторинг в реальному часі динамічної зміни основних технологічних параметрів енергетичного обладнання: силових трансформаторів, електричних машин, комплектних розподільчих пристроїв, ліній електропередач та ін. Predictive Maintenance (PrM) - управління технічним станом обладнання, планування технічного обслуговування, ремонтів та заміни, що ґрунтується на даних фактичного стану, а також алгоритмів прогнозування.

На більшості енергооб'єктах України контроль та захист електрообладнання, насосних агрегатів, турбін та котлів виконують аналогові або цифрові пристрої захистів та автоматики, основною задачею яких є недопущення виникнення аварійних ситуацій, що можуть призвести до руйнації основного обладнання, травматизму та шкідливого впливу на навколишнє середовище. Запровадження методики CBM дозволяє відстежити відхилення від нормального стану та запобігти розвитку аварійних ситуацій (Рис.1). А перехід від планово-попереджувальних ремонтів до PrM методу, що дозволяє

планувати графік ремонтів згідно фактичного стану обладнання, планувати закупівлю запасних частин, а також зменшити людський фактор при виявленні дефектів.



Рисунок 1 – Моніторинг стану в реальному часі [2]

Наведені вище методи передбачають інтеграцію відповідних датчиків (температури, вібрації, вологості та ін), вимірювальних пристроїв, контролерів, інфраструктури зв'язку, веб-серверів, спеціалізованого програмного забезпечення і хмарних сервісів з управління бізнес-процесами. Комплекс робіт та заходів для реалізації цієї методики можуть виконувати такі компанії як Schneider Electric, ABB, Siemens, IT-Enterprise.

Перспективним інноваційним напрямом є доповнення вищенаведених методик системами аналізу за допомогою Штучного інтелекту, який покликаний аналізувати великий обсяг даних отриманих від всіх датчиків на енергообладнанні, навіть від суміжних процесів, та виконувати прогнози, щодо роботи обладнання, а також пропонувати відповідні рішення для запобігання виникнення аварійних ситуацій [3].

Енергетичні підприємства ТЕС та ТЕЦ мають високий потенціал до застосування інноваційних технологій. Існують певні проблеми з провадження інноваційних технологій, такі як значні фінансові затрати, великий період окупності, складність реалізації, однак в умовах глобалізації, а також взятих Україною зобов'язань в рамках Асоціації з ЄС, застосування цифрових технологій є чи не єдиним шляхом для збереження конкурентоспроможності вітчизняних енергетичних підприємств. При цьому забезпечується умова надійного та безперебійного енергопостачання промисловості, державних органів, населення та участі підприємств у ринку електричної енергії. Також слід зазначити, що важливу роль у розвитку інноваційних процесів в енергетиці відіграє держава, як постачальник інвестиційних, фінансових гарантій, а також є законодавцем необхідних нормативно-правових актів.

Література

1. Огляд енергетичного сектору України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-energy-strategy-Ukraine-2035-UKR.pdf>
2. Решения Schneider Electric по предиктивному управлению [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sard-engineering.am/uploads/pdf/2019/04/ba6d3738fdf5527e682a09ca703f3a20.pdf>
3. Штучний інтелект завдяки Simatic [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://new.siemens.com/ua/ru/products/avtomatizatsiya-promyshlennosti/sistemy-avtomatizatsii/promyshlennyye-sistemy-avtomatizatsii-simatic/io-systems/shtuchnyy-intelekt.html>

Мариніч М. Є.
073 «Менеджмент», 2 курс бакалаврату,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – доц. Чухрасва Н. М.

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕСІ

З кожним днем світ цифрових технологій розвивається і в сучасному світі потрібно встигати пристосовуватися до обставин. Дуже складно уявити сферу, в якій би зараз не використовуюся штучний інтелект або не знаходився в процесі впровадження. Саме через позиціонування штучного інтелекту як інноваційних процесів, він є актуальною темою для обговорення. Штучний інтелект має велику кількість перспектив розвитку, які кожного дня удосконалюються та роблять наше життя легшим для функціонування у різних сферах життєдіяльності. На цьому розмова про перспективи штучного інтелекту можна завершити: вони величезні. Важливо, що істотно змінилося сприйняття технології на всіх рівнях ринку, оскільки за останній час штучний інтелект став живим інструментом, за допомогою якого можна виконувати будь-які поставлені задачі. Проте, на жаль, дуже часто можна стикатися з тим, що люди не мають належного та правильно сформованого уявлення про концепцію штучного інтелекту. Більшість людей уявляють штучний інтелект як сучасну робототехніку, проте їхнє уявлення не має ніякої паралелі з реальністю, оскільки його головна мета полягає у обробці та виконанні певних завдань. Саме тому штучний інтелект вже використовується майже скрізь [5]. Розуміння особливостей інструментів штучного інтелекту вже на етапі постановки бізнес-завдань призведе до ясності, в яких ситуаціях штучний інтелект буде потрібен, в яких зайвий, а в яких взагалі непридатний, коли і навіщо бувають потрібні додаткові апаратні елементи для рішень штучного інтелекту, які зараз присутні і в смартфонах, і в суперкомп'ютерах. В бізнесі штучний інтелект є важливим фактором можливості підвищення прибутку та гарною альтернативою швидкого та ефективного розвитку, проте не у всіх країнах світу та сферах роботодавці вважають доцільним інвестувати в це кошти, що і є серйозною проблемою.

Штучний інтелект вже використовується в багатьох сферах, зокрема і в бізнесі. Використання штучного інтелекту поступово стає ключовою необхідністю у всіх галузях бізнес-сфери. І настає той час, коли саме від рішення підприємців про впровадження штучного інтелекту в їх бізнес залежить подальший розвиток їх компаній. Саме ті, хто

впровадять сучасні технології першими будуть займати лідируючі позиції в гонці за ефективністю надання послуг або товарів споживачам, на відміну від тих, хто вирішить почекати з впровадженням такого виду цифрових технологій. В умовах жорсткої конкуренції бізнес, який прийме рішення заощадити кошти на відсутності впровадження штучного інтелекту має можливість зміцнити свої ринкові позиції. Тому експерти наполегливо рекомендують впроваджувати штучний інтелект вже сьогодні, оскільки його імплементація є ефективною фінансовою інвестицією.

У роботі використовувалися загальнонаукові методи, які включають вивчення, аналіз літературних джерел та інтернет-ресурсів, пошук та характеристика інформації стосовно штучного інтелекту та його ролі в бізнес-сфері; класифікація, яка розподіляє знання за допомогою порівняння у різних галузях впровадження штучного інтелекту.

В часи сучасності цифрові технології розвиваються в геометричній прогресії. І найчастіше люди, класифіковані різноманітними факторами, знаходять їм використання у різних сферах діяльності. Це трапляється у сучасному світі через можливість полегшення життя за допомогою технологій та технологічних процесів. Наразі вони використовуються у медицині, освіті, сфері розваг, бізнесі, економіці, банківській справі, інформаційній безпеці, промисловості, торгівлі та ін., як правило, для полегшення життя людей, збільшення продуктивності працівників, систематизації інформації для використання. Одним із проявів цифрових технологій є штучний інтелект. Штучний інтелект (ШІ) дозволяє комп'ютерам навчатися на власному досвіді, адаптуватися до заданих параметрів і виконувати ті завдання, які раніше були під силу тільки людині. У більшості випадків реалізації штучного інтелекту - від комп'ютерних шахістів до безпілотних автомобілів - вкрай важлива можливість глибокого навчання і обробки природної мови. Завдяки цим технологіям комп'ютери можна навчити виконувати певні завдання за допомогою обробки великого обсягу даних, систематизації великих масивів інформації, виявлення в них закономірностей [1].

Математика штучного інтелекту вкрай складна, але рамкове розуміння її цілком доступно. Фахівці дуже не люблять термін «штучний інтелект», так як це деякий маркетинговий термін, причому дивно та недостатньо серйозно сприймається значною частиною замовників, проте за цим терміном стоять численні і складні, але відпрацьовані технології [5].

Штучний інтелект дозволяє автоматизувати процеси навчання та пошуку за рахунок використання даних, виконує глибокий аналіз великих об'ємів інформації за допомогою нейронних зв'язків, досягає надзвичайної точності інформації, допомагає вилучити максимальну користь з великих потоків інформації, що є корисним у прийнятті рішень або роботі в бізнес-сфері. У бізнесі деякими перевагами штучного інтелекту є: швидке розкриття шаблонів у великих даних, швидка візуалізація та аналітика, вдосконалений дизайн продукту, надання детальної інформації та багато іншого. Очікується, що ці переваги запровадять нові рівні обслуговування, збільшення прибутку, розширення бізнесу, покращення структури ефективності та витрат [2].

Зараз штучний інтелект набирає популярності у впровадженні його на підприємствах, оскільки розробляється багато інноваційних стартапів, пов'язаних із його розробкою для різноманітних покращень стратегій ведення бізнесу. Проблема полягає у неприйнятті роботодавцями думки щодо впровадження штучного інтелекту та розвитку компанії чи підприємства таким шляхом. На мою думку, саме системи на базі штучного інтелекту в найближчому майбутньому повинні повністю змінити підхід до

роботи з інформацією. Проте штучний інтелект здатен швидко вивести бізнес у різних сферах на інноваційно новий рівень шляхом алгоритмів машинного навчання.

До проблем, які можуть бути легко вирішені за допомогою штучного інтелекту, можна віднести: оперативне реагування (передбачає оперативний та швидкий аналіз даних з моментальною на них реакцією, використовуються в біржових операціях), розробка ефективних маркетингових стратегій для компанії (аналіз та прогноз продажів, оцінка поведінки конкурентів на ринку), людський фактор (технології, доступ до алгоритмів та інформації замінюють мінливий настрій працівників), боротьба з шахрайством (виявлення підозрілих операцій, створення алгоритмів для запобігання фінансових втрат), збільшення прибутків (використання машинного навчання в одній тільки системі ціноутворення здатне забезпечити приріст виручки на 5%), рутинні адміністративні завдання, підвищення продуктивності фахівців за рахунок оптимізації робочих процесів, технічну та інформаційну підтримку клієнтів, поліпшення комунікацій всередині компанії (подолання мовного бар'єру) [3].

Наразі в бізнесі вже існують приклади використання штучного інтелекту. Наприклад, у сфері фінансових технологій цікавим прикладом є розробки Сбербанку, який впроваджує передові розробки в області систем штучного інтелекту, які проявляються у системі обслуговування клієнтів (розпізнавання клієнтів за обличчям, створення персональних пропозицій на базі аналізу потреб клієнтів), системі безпеки (виявлення шахрайства та легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом) та системі торгівлі на фінансових ринках [4]. Також у багатьох супермаркетах, в яких введені програми лояльності з картами постійного клієнта, впроваджують штучний інтелект, який аналізує історію покупок клієнтів з карткою лояльності, які активно користуються нею, та пропонує оптимальну систему заохочень. В результаті підвищилася лояльність покупців та збільшився прибуток підприємства [3].

Використання штучного інтелекту є ефективним не лише в сфері бізнесу, а й має позитивний вплив на економіку в цілому. За прогнозом PwC, завдяки штучному інтелекту валовий внутрішній продукт (ВВП) в окремих країнах збільшиться на 26%, а приріст глобальної економіки складе майже 16 трлн доларів [3]. Таким чином, спираючись на аналіз різних літературних джерел та інтернет-ресурсів, можна з впевненістю стверджувати, що впровадження штучного інтелекту в різноманітні галузі бізнесу є ефективною пропозицією та інвестицією, яка може вирішити ряд проблем на підприємстві за допомогою своїх можливостей. До цих можливостей відносять людський фактор, прогнозування, конфіденційність та безпека, створення маркетингових стратегій та багато інших, які допомагають швидко та ефективно налагодити всю систему роботи бізнесу та залишитися на передових місцях серед конкурентів на ринку.

Отже, зараз цифрові технології розвиваються дуже стрімко, включаючи штучний інтелект, без якого важко уявити існування в сучасному світі людини, оскільки наразі він використовується у всіх сферах життєдіяльності, включаючи бізнес. Штучний інтелект безпосередньо пов'язаний з Data Science (наука про дані, яка спрямована на отримання бізнес-цінностей із великих масивів інформації). Цінність штучного інтелекту може полягати у розширенні можливостей прогнозування, систематизації знань про закономірності, обґрунтованому прийнятті рішень та ін. У світі бізнесу вже існує багато прикладів використання штучного інтелекту у повсякденному житті функціонування компаній або підприємств, які всебічно полегшують їх роботу. Оперативне реагування,

розробка ефективних маркетингових стратегій для компанії, людський фактор, боротьбу з шахрайством відносять до проблем, які вирішуються за допомогою штучного інтелекту в бізнесі. На жаль, більшість людей знецінюють важливість та користь штучного інтелекту в бізнесі, тому що мають хибне уявлення про його концепцію. Більшість підприємців наразі вважає інвестиції в даний вид діяльності для розвитку свого бізнесу абсурдним і не вартим витрачання коштів, у чому і помиляються. Також важливо зазначити, що розвиток у бізнесі штучного інтелекту позитивно відображається не лише на окремих компаніях та їх прибутках, а й на економіці в цілому.

Рациональним є впровадження в бізнесі штучного інтелекту найближчим часом, оскільки за результатами дослідження це є основною складовою подальшого позиціонування підприємства певної сфери на ринку у порівнянні з іншими, надаючи йому конкурентну перевагу у зручності та рішенні багатьох завдань, пов'язаних з великими масивами даних. Компанії повинні починати запуск цих процесів, аби в подальшому стати провідними фірмами та займати першість на ринку.

Література

1. Искусственный интеллект. Что это такой и почему это так важно? [Електронний ресурс]: URL: https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/analytics/what-is-artificial-intelligence.html
2. Artificial Intelligence in Business: From Research and Innovation to Market Deployment [Електронний ресурс]: URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050920307389>
3. Роль искусственного интеллекта в бизнесе [Електронний ресурс]: URL: <https://www.simbirsoft.com/blog/rol-iskusstvennogo-intellekta-v-biznese/>
4. Искусственный интеллект как основа инновационных преобразований в технике, экономике, бизнесе [Електронний ресурс]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-kak-osnova-innovatsionnyh-preobrazovaniy-v-tehnike-ekonomike-biznese/viewer>
5. AI для бизнеса: перспективы, проблемы, технологии и кейсы [Електронний ресурс]: URL: <https://www.crn.ru/news/detail.php?ID=149305>

Пугач А. В.

073 «Менеджмент», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Чухраєва Н. М.

РОЗВИТОК МЕДІА-СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Креативний підхід до створення нових конкурентоздатних товарів і послуг в засобах масової інформації став основою поняття "стартап". Ці інноваційні продукти та організації асоціюються з радикально новими трендовими технологіями. Враховуючи підвищення популярності стартапів і зростання їх ролі в розвитку високотехнологічних галузей, формування нових ринків і ринкових ніш, дослідження цього феномену є актуальним. Становлення інноваційної діяльності значною мірою визначається розвитком наукомістких високотехнологічних галузей (HighTechnology) і є поштовхом

для економічного розвитку в сучасних умовах, характеризується високим потенціалом зростання.

У технічному і науковому світі ця тема обговорюється досить живо, але наукові роботи, які б освітлювали їх природу, практично відсутні. Враховуючи, що стартапи є дуже перспективною формою розвитку інноваційної діяльності у світі й Україні, дослідження цього феномену придбаває все більше значення, оскільки нові технологічні продукти можуть стати об'єктами для інвестування.

Тема стартапів набуває все більшу актуальність у всьому світі. Стартапом називають створений продукт або компанію, діяльність яких ґрунтується на інноваційних підходах і технологіях, а для ефективності роботи потребує залучення зовнішніх ресурсів. Завданням стартапу є знайти новий, інноваційний підхід до вирішення проблем, а не щось нове. Як приклад можна привести Google. Відомо, що принцип пошуку інформації в мережі був винайдений не ними, але саме вони першими ввели релевантність і інноваційність в пошук, тим самим обігнавши своїх конкурентів.

На сьогодні в цілому спостерігається тенденція до індивідуалізації медіа, що пов'язано з різними технологічними та економічними факторами. Цифровізація медіа привела до великих можливостей і менших витрат на продукування контенту. Інноваційним стало розширення медіаринку завдяки появі електронних медіа, соціальних мереж, які стали наслідком технічного прогресу, передусім завдяки розширенню можливостей мережі Інтернет. До мега-медіа можна віднести Twitter, Facebook, Youtube, Google. Багато відомих компаній починали стартапами, бізнес яких був ґрунтований на цікавій інноваційній ідеї: Microsoft Corporation і Apple, Google, Hewlett - Packard, наприклад, Youtube створювали як сервіс відеознайомств, а Twitter спочатку планували як сервіс групової відправки SMS.

Українські продукти все частіше виходять на глобальний ринок інноваційних технологій з успішними проектами. Але на сьогодні в Україні офіційної статистики розвитку стартапів не ведеться. Інноваційний потенціал стартапів можна визначити на основі статистичних даних міжнародних рейтингових компаній. За даними Startupranking зі 188 країн світу найбільша кількість успішних стартапів в США - 46 тисяч. Зі значним відривом слідують Індія (5843) і Великобританія (4842). Україна займає 43 місце (у першій чверті списку), маючи 233 успішних стартапи. Прикладами успішних українських стартапів є Depositphotos, Terrasoft, TemplateMonster, Coursmos, Clickky, Augmented Pixels, GitLab, Petcube, Grammarly та ін. Найвищий рейтинг має компанія розсилок SendPulse (<https://sendpulse.ua/>), створена у 2015 р.

Серед успішних медіа та освітніх стартапів виділяється проект Prometheus, що стартував у 2013-му р., який дав поштовх розвитку цілому ряду освітніх стартапов. Це громадський проект масових відкритих онлайн-курсів, який в співпраці з викладачами кращих університетів створюють і розміщують лекції і практичні завдання на власній онлайн-платформі. Заснований в 2014 р. EDERA створює медіа-контент самостійно. Фільмування, монтаж, створення ілюстрованих конспектів, презентацій, анімацій, генерація креативних ідей відносно подання матеріалу, методична робота, первинний аналіз створеного контенту - ключові компоненти для створення якісного курсу.

За різними оцінками можна констатувати, що на українському ринку щорічно з'являється від 300 до 500 нових стартапів, з них медіа-стартапи займають половину; з 600 стартапів в рік виживають і розвиваються далі не більше 30. Важливо зазначити, що 49 % усіх стартапів діють в Києві. Інші розподілилися містам України : Дніпро - 16 %,

Львів - 9 %, Харків - 8 %, Одеса - 6 %.

Вивчення діяльності медіа-стартапів дає можливість зробити висновок, що наявність оригінальної, унікальної, з великим потенціалом ідеї, чіткого бізнес-плану, компетентної команди і розуміння того, як ця ідея втілюватиметься в життя, як вона працюватиме і в які терміни окупиться є запорукою успіху стартапу. Розробникам необхідно ще перед початком своєї діяльності оцінювати усі аспекти трансферу медіа-продукції, що розробляється, орієнтуватися на потреби медіа- аудиторії і незаповнені ніші медіапростору. Серед специфічних особливостей українських стартапів є місце тенденції, що потенційно успішні проекти, подальший розвиток і їх інвестування відбувається в США. Створити в Україні медіа-стартап, який в майбутньому може стати глобальною компанією, можливо, а ось розвивати і популяризувати його за її межі зараз складно. У світі глобальні проекти поширюються за класичною схемою: спочатку їх використовують там, де є критична маса людей, які користуються новими технологіями в повсякденному житті, потім технологія поширюється в світі.

Ключовим принципом стартапу є перевірка потреб ринку перед створенням рішення. Не потрібно втрачати час або гроші, створюючи те, що має слабкий попит. Перевірка ідеї, перш ніж прийняти рішення про інвестування, є мудрим кроком незалежно від того, наскільки висока упевненість. У стартапах багато рішень приймаються в умовах невизначеності, тому ключовим принципом для стартапів є гнучкість. Отже, активізація вітчизняного стартап-руху значно сприяє розвитку інновацій в різних сферах життя, покращуючи її якість і частково розв'язує економічні проблеми.

Україні слід поширювати та популяризувати тему стартапів в нашій країні, а також за її межами. Найкращим рішенням буде – зацікавлення інвесторів у нашу інноваційну діяльність, адже у нас дуже великий та нерозвинений потенціал.

Література

1. Белзецький, Р. С. Розвиток стартапів в Україні [Електронний ресурс] / Р. С. Белзецький, Р. Г. Казаков // матеріали XLVI наук.-техніч. конф. підрозділів ВНТУ, Вінниця, 22-24 березня 2017 р. – 2017. – <https://vntu.edu.ua>.
2. Блащук, О. Топ-5 українських стартапів, які відомі на весь світ / О. Блащук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://espresso.tv/article/2016/06/30/top_5_ukrayinskykh_startapiv_vidomi_na_ves_svit.
3. WHAT'S NEW [Електронний ресурс] // MJoy Multimedia. – 2018. – http://mjoy.ua/?fbclid=IwAR1IGUEeqGcPnW0FmCoKiYKJOy42GVmzpixnqFBdxlGwWmkK_RNC-Fv-Uxk4.
4. Бланк, С. Стартап: настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф. – М.: Альпина Пабlishер, 2013. – 616 с.
5. Назаренко, В. Стартапы: сущность и основные составляющие развития / В. Назаренко, Е. Бочкова. // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 11. – С. 3946–3950.

Модератор секції —

Гребешкова О. М., канд. екон. наук, доцентка

Арутюнян Л. С.

051 «Економіка», 3 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Швидка О. П.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ «БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ» В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Стратегія блакитного океану вже протягом багатьох років є однією з основних стратегій на початку створення бізнесів та стартапів. Дана стратегія передбачає створення невідомого, нового ринкового простору, у якому немає конкуренції та в якому попит тільки створюється. Цей новий простір створюється або за допомогою технічної інновації (створенням нової індустрії) або інновації цінності (створенням нової ніші). Обидва варіанти довели свою ефективність через імплементацію в багатьох бізнесах. Дана стратегія є чудовою можливістю для втілення в життя нових та цікавих ідей та водночас розвитку сфери бізнесу.

Починаючи з березня 2020 року в Україні почалась пандемія вірусу COVID-19, що спонукнула державу ввести локдаун на території всієї країни, що означало закриття більшості видів бізнесів та підприємств. Дана новина надзвичайно сильно вплинула на власників бізнесу та на економіку України загалом.

Згідно з опитуванням, проведеним Спілкою українських підприємців, 29% підприємств змушені були закритися та припинити діяльність в умовах карантину в 2020 році. А 51% підприємств, що все ж продовжили свою діяльність, оцінюють здатність продовжувати діяльність в умовах карантину до 1 місяця [5].

Навіть нова норма з послабленим карантинном, безумовно, залишить тривалий вплив на діяльності бізнесу. Це також означає, що бізнесу доведеться переробити себе завдяки кращим та більш стійким моделям.

Раніше розвиток бізнесу був зосереджений на створенні більш технологічної та мобільної структури, а керівники були зосереджені на стабільному прогресі, який в підсумку призвів би їх до успіху, але COVID-19 значно вповільнив та навіть зупинив даний процес.

Зараз основна увага приділяється створенню бізнес-моделей, які можуть подолати всі шанси та пережити нове десятиліття, та впровадженню інновацій. Для цього потрібне довгострокове бачення та усунення всіх прогалин, що з'явилися в результаті пандемії. Від кращих засобів ведення операцій до створення абсолютно нових продуктів, підприємствам доведеться вдосконалюватись, щоб вийти на абсолютно новий рівень [4].

Багато компаній поки не змінюють свої стратегії, щоб задовольнити нові умови пандемії. Менеджери припускають, що їхні перевірені і широкомасштабні бізнес-моделі все ще мають бути ефективними, а фінансові аналітики продовжують оцінювати компанії на основі зростання продажів та мінімізації витрат, посилюючи проблему старомодних підходів до бізнесу. Саме тому дуже важливо розглядати більш прогресивні та інноваційні підходи до моделювання бізнесу [1].

Метою дослідження є виокремлення особливостей впровадження стратегії Блакитного океану під час пандемії та розробка рекомендацій щодо дій при застосовуванні даної стратегії в сьогоденних реаліях.

Для досягнення поставленої мети, дослідження проводилося з використанням методів аналізу та синтезу, наукової абстракції, також було здійснено аналіз статистичної інформації та літературних джерел

Для того, щоб зрозуміти особливості використання стратегії Блакитного океану під час пандемії, слід розуміти, що дана стратегія та інновації завжди були процесом захоплення невідомим та незвичайним. Нещодавні дослідження можуть допомогти компаніям краще зрозуміти, як зміни, внесені в 2020 році, можуть допомогти їм вийти з пандемії сильнішими, ніж раніше. На мою думку, ключем до цього розуміння є визнання того, що є два різні типи інновацій і кожен тип вимагає різних навичок вирішення проблем, щоб успішно долати виклики та шукати можливості для зростання.

1. Як було зазначено вище, одним із видів застосування стратегії Блакитного океану є створення нової індустрії. Це відбувається за допомогою технологічної або технічної інновації, тобто створення абсолютно нового продукту або послуги, який не є конкурентом на існуючих ринках, а створює свій новий. Компанії, які створюють такі інновації можна назвати першопрохідцями. Такі компанії, навіть у ситуації пандемії, дивляться у майбутнє і задаються питанням, як найкраще використовувати цей тип інновацій для оптимального зростання. Пандемія є чудовим середовищем для створення нових індустрій, адже даний період характерний невизначеністю та неоднозначністю. Саме вони й є фундаментальними рушійними силами інновацій в сьогоденні, адже дані індустрії вимагають нових та цікавих рішень для незвичайних проблем, пов'язаних із локдауном, наприклад.

2. Іншим способом впровадження стратегії Блакитного океану є створення нової ніші. Це відбувається за допомогою інновації цінності, тобто вдосконалення вже існуючих продуктів або послуг та надання цим продуктам абсолютно нових цінностей для споживачів. В даному випадку має бути зосередження уваги на вузькому наборі ресурсів у бізнесі, опитування споживачів, як їхні товари можуть бути корисними по-новому, та переборі варіантів цікавого використання існуючих ресурсів для покращення вже працюючих продуктів. Пандемія є чудовою можливістю застосувати даний тип інновацій, адже потреби споживачів стали більш очевидними через зміни в повсякденному житті людей. Криза коронавірусу показала, що для організаціям та лідерам важливо почуватись більш комфортно з невизначеністю потреб споживачів, та важливо розвивати вміння використовувати незвичайні ситуації як можливість створити нову цінність для своїх споживачів.

Слід відзначити, що для впровадження стратегії Блакитного океану під час пандемії для обох випадків слід дотримуватись наступних кроків:

1. Вибрати правильний обсяг «Блакитного океану» та його специфіку, враховуючи існуючі нововведення, створені під час карантину
2. Дослідити стан ринку на момент створення Блакитного океану, мати чітке розуміння чого прагне споживач та які потреби він має
3. Визначити обмеження, спричинені різними факторами, в тому числі й карантинними обмеженнями. Також визначити обмеження, що можуть бути перетворені на можливості
4. Розуміти усі практичні процеси впровадження даної стратегії, а не тільки загальної картини.
5. Втілювати задумане в життя.

Важливим фактором визначення особливостей впровадження стратегії Блакитного океану є галузі, які найбільше постраждали від введення карантину в Україні. Це, звичайно, роздрібна торгівля, готельний та ресторанний бізнес та авіап перевезення. В даних галузях було б доречним та корисним впроваджувати дану стратегію, адже саме вона може стати поштовхом до покращення стану підприємств в

даних галузях.

Цікавим прикладом використання даної стратегії під час пандемії може слугувати компанія МАУ (Міжнародні Авіалінії України). Оскільки кордони країни закриті та міжнародні польоти скасовані, компанія потрапила в досить непросту фінансову ситуацію, з якої потрібно було виходити. Компанія вирішила використати ситуацію з карантинном в Україні, та запропонувати своїм споживачам новий вид польоту: «Політ над Києвом – світ очима пілота». Дана пропозиція була орієнтована на тих, хто сумує за польотами та хоче водночас спробувати щось нове та цікаве [6]. Наразі дані польоти є досить популярним і покращують становище компанії. Дана пропозиція є прикладом інновації цінності, адже МАУ запропонували абсолютно новий спосіб перебування на польотах, спеціально створений для своїх споживачів, якого не існувало серед конкурентів в Україні. Досвід даного впровадження показує, що впровадження стратегії Блакитного океану в умовах пандемії є можливим і навіть потрібним.

Пандемія змусила компанії майже в усіх галузях не тільки задуматись про впровадження інновацій, а й вже конкретну розробку та планування їх. Протягом цього незвичайного періоду в історії бізнесу деякі відкрили нові ділові можливості, які триватимуть довго в майбутньому, а інші розробили нові навички, які можна застосувати для вирішення інших проблем та відкриття нових можливостей, яких вони, можливо, не передбачали. Орієнтуючи свої організації на інновації, керівники компаній можуть краще зрозуміти, як вони пережили шторм, та скористатися новими інноваційними навичками для досягнення довгострокового успіху. І можливо саме нововведення під час пандемії зможуть змінити спосіб ведення бізнесу в майбутньому та будь-яку іншу сферу життя.

А стратегія Блакитного океану є чи не найкращим способом впровадження інновацій через переосмислення стратегії в компаніях для досягнення інноваційної цінності за менших витрат, що також дозволяє цим організаціям залишатися актуальними та зростати.

Література

1. Реліна С. О., Тростянська К. М. Використання фінансових інструментів стратегічного розвитку економіки під час пандемії коронавірусу. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2020. С.106-110.

2. Coronavirus impact on financial markets and economies. URL: <https://www.reuters.com/article/us-china-health-global-markets-graphicidUSKBN20028H> (Дата звернення: 27.04.2021)

3. Janette Neuwahl Tannen Pandemic a burst in technology innovation. 2020. URL: <https://news.miami.edu/stories/2020/08/pandemic-spurs-a-burst-of-technology-innovation.html> (Дата звернення: 27.04.2021)

4. A.K. Cohen and J.R. Cromwell How to Respond to the COVID-19 Pandemic With More Creativity and Innovation Population Health Management, forthcoming Apr 2021.153-155 <http://doi.org/10.1089/pop.2020.0119> (Дата звернення: 27.04.2021)

5. Коронавірус VS бізнес: половина підприємців протримається на карантині не більше місяця URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/2/658857/> (Дата звернення: 27.04.2021)

6. Сайт компанії MAY URL: <https://www.flyuia.com/ua/ua/services/flight-over-kiev> (Дата звернення: 28.04.2021)

Білоус А. Р., Ціліцинська І. В., Чумак А. В., Шворак А. С.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Гребешкова О. М.

РОЗРОБКА МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ: ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день, сучасна людина не може обійтися без смартфона. Тепер смартфон не просто засіб зв'язку. Смартфони виконують безліч функцій. Згідно зі статистикою Datareportal [1], 5,19 млрд дорослих людей в усьому світі щодня користуються смартфонами, а це майже 67% загальної кількості населення. Така тенденція з кожним роком зростає, замінюючи звичайні мобільні пристрої на багатофункціональні смартфони.

Завдяки популярності смартфонів, поширення набуває і сфера розробки мобільних додатків. Мобільний додаток – це прикладне програмне забезпечення, призначене для роботи на мобільному пристрої, яке може бути встановлене або завантажене безплатно, або за встановлену плату. З кожним роком ринок мобільних додатків стає більш різноманітним та інтерактивним. Згідно прогнозів [2], до наступного року оборот світової мобільної екосистеми досягне 4.6 трлн. дол. та складатиме 5% глобального ВВП. До того ж, вже до 2025-го року майже 71% очікуваного населення буде унікальними користувачами послуг індустрії. Зважаючи на таку зростаючу популярність цієї області програмування, варто розглянути перспективи розвитку цього бізнесу в Україні.

Метою нашого дослідження є виявлення передумов становлення та перспектив розвитку ринку бізнес-сфери мобільних додатків в Україні.

Для досягнення поставленої мети під час дослідження застосовано методи аналізу та синтезу – для визначення складових досліджуваної бізнес-сфери та узагальнення очікуваних тенденцій її розвитку.

Світовий ринок мобільних додатків є одним із найбільш трендових і показує найшвидше зростання. Доходи від завантажень мобільних додатків щорічно збільшуються. При переважна частка прибутку протягом 2018-2021 рр. генерується ігровими додатками (76–78% доходів). У 2018 р. на світовому ринку споживачі витратили на додатки 92,1 млрд. дол. За прогнозами, у 2021 р. обсяг доходів від завантажень мобільних додатків становитиме 139,6 млрд. дол. США [3].

Для кращого розуміння природи популярності сфери мобільних додатків, треба окреслити причини росту цього ринку, характерні в тому числі і для України. По-перше, зростає мобільне споживання. Такий висновок можна зробити, спираючись на вищенаведені статистичні показники. По-друге, зростає попит на мобільну рекламу. Збільшення бюджетів мобільної реклами є послідовним і закономірним в залежності від зростання кількості мобільних додатків і їх конкуренції за користувача. Третім чинником є активне стимулювання даного ринку з боку власників платформ. Наприклад, такі відомі

компанії як Google, Apple та Microsoft заохочують розробників локальних ринків шляхом проведення конкурсів, створення більш вигідних умов співпраці. Четвертим чинником є високі бюджети на розробку. Ринок мобільних розробок є трендовим та затребуваним, тому і бюджети на розробку мобільних додатків продовжують залишатися високими, даючи поштовхи до додаткового росту даної сфери.

Українських мобільних додатків, орієнтованих на український ринок, зовсім небагато. На це є декілька причин. Здебільшого ІТ-ринок в Україні є аутсорсинговим, тобто більшість розробників працюють на зарубіжні компанії. Наступною причиною є консервативність українського бізнесу, нові технології впроваджуються досить повільно.

ІТ-галузь називають найперспективнішим сектором розвитку української економіки. За даними Кабінету Міністрів України в 2019 році на частку ІТ приходилося 3,9% ВВП або 138 млрд. грн. Ця сфера принесла 32 млрд. грн. податків. Кожен з працюючих ІТ-фахівців в середньому забезпечує зайнятість 11 осіб в інших галузях [4]. Головні корисні ефекти ІТ-сфери для української економіки: приплив інвестицій в країну, створення нових робочих місць та поповнення державного бюджету.

Серед проблем української ІТ-сфери експерти виділяють: інтелектуальну міграцію (відтік висококваліфікованих кадрів за кордон), недостатню кількість створених продуктів, недостатню кількість ІТ-фахівців.

Компанії-лідери на міжнародному ринку: Lush Digital, Big Drop Inc, Blue Fountain Media [5]. На вітчизняному ринку топ-3 складається з таких компаній як Ruby Garage, ALTERPLAY LTD та The App Solutions [6]. Серед застосунків у 2019 році за кількістю завантажень перше місце займав додаток Whatsapp, друге – TikTok, третє - Facebook Messenger.

Доволі відомими в світі є додатки українського «походження» [7], до прикладу:

— Reface, завдяки якому за декілька секунд можна інтегрувати фото вашого обличчя до іншого тіла на будь-яке фото, відео чи GIF.

— Grammarly — інтелектуальний онлайн-сервіс перевірки англійської граматики, заснований на технологіях штучного інтелекту.

Також не можна не згадати про застосунок «Дія», за допомогою якого українцям більше не потрібно постійно носити при собі оригінали документів, а також можна отримувати державні послуги в декілька кліків.

Кількість користувачів мобільними додатками з кожним роком зростає. Покупець хоче мати всю інформація про бажаний додаток. Асортимент в основному однаковий, тому не варто змушувати покупця чекати. У першу чергу, щоб компанія була лідером та процвітала, доречно уникати помилок, які є у додатках/сайтах: неактуальний контент, проблеми з функцією пошуку та інші. Але запобігання цим проблемам – це пів діла. Вважаємо, що потрібно ще створити «родзинку», яка буде виокремлювати продукти компанії-розробника з-поміж інших. У цьому допоможуть різні колаборації чи вірусна реклама перед запуском.

Серед проблем, з якими стикаються на шляху до успіху вітчизняні розробники мобільних додатків, – це недосконале законодавство у сфері валютного контролю, яке не дозволяє легко працювати і сплачувати податки з продажу мобільних додатків через магазини.

Спираючись на результати проведеного дослідження, можемо зробити такі висновки.

Бізнес-сфера розробки мобільних додатків має великий потенціал для піднесення вітчизняної економіки. В Україні склалися необхідні передумови для її розвитку, завдяки наявності висококваліфікованих кадрів, достатньо розгалуженій ІТ-інфраструктурі, орієнтації держави на цифровий розвиток.

Завдяки цій індустрії можна побудувати кар'єру і в малих містах, і в столиці. Ця індустрія дає можливість здійснювати свою діяльність і в умовах пандемії, і економічної кризи. Сфера розробки мобільних додатків відкриває нові можливості для виходу українських ІТ-продуктів на міжнародний ринок.

Література

1. Digital 2021: Global overview report [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.

2. Грабар М.В., Кашка М.Ю. Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2019. Том 1, № 24. С.9-13

3. Стасюк О. М. Мобільні додатки як елемент цифрових трансформацій в транспортній галузі // Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2019. С. 332 - 335.

4. Як ІТ веде Україну до розвинених країн [Електронний ресурс] // Економічна правда. 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/7/668882/>.

5. Мировой рейтинг мобильных разработчиков [Електронний ресурс]. 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://wadline.ru/mobile>.

6. Рейтинг мобильных разработчиков Украины [Електронний ресурс]. 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://wadline.ru/mobile/ua>.

7. Топ-20 найпопулярніших додатків: TikTok знову в лідерах (інфографіка) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: ms.detector.media/infografika/post/24134/2020-01-28-top-20-naypopulyarnishykh-dodatktiv-tiktok-znovu-v-liderakh-infografika.

Божок А. С., Туцька Т. І., Погрібна В. С.

051 «Економіка», 2 курс бакалаврату

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Гребешкова О. М.

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ІТ-ІНДУСТРІЇ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасному світі ІТ впроваджуються в усі сфери економіки, збільшуючи економічні та соціальні показники, внаслідок чого попит на ці технології зростає. З кожним роком з'являється та розвивається все більше компаній в ІТ-сфері та зростає увага споживачів до інформаційно-технологічних послуг, що визначає проведення науково-теоретичних досліджень аналізу ІТ-галузі.

ІТ-сектор в останні роки переважає над іншими галузями економіки за темпами розвитку, тому питання росту сфери інформаційних технологій в Україні є найбільш актуальним в наш час.

Питаннями дослідження та функціонування сфери інформаційних технологій та їх впливу на економіку України відображено в роботах І. А. Кораблінової, Н. М. Кульбацької, А. О. Тимошенка, А. П. Новікової, Н. Є. Скоробогатової та інших. Однак, систематичних досліджень, які пов'язані з важливістю ІТ-сфери та її перспектив розвитку в Україні, на нашу думку, недостатньо.

Огляд економічної літератури показує, що увага дослідників до інформаційних технологій збільшилась за ступенем розвитку процесу автоматизації виробництва на основі обчислювальної техніки та особливо посилилась із початком надання ІТ-послуг.

Метою дослідження є виявлення передумов становлення та перспектив розвитку ІТ-сфери в Україні.

У процесі дослідження використано методи: теоретичного узагальнення і порівняння — для оцінювання сильних та слабких сторін кожної з досліджуваних компаній; аналізу — для виявлення певних особливостей ІТ-сфери.

Інформаційні технології (ІТ) — сукупність галузей діяльності людини, а також навчальних дисциплін, що мають відношення до процесів створення, зберігання, обробки даних, а також управління ними з використанням комп'ютерів (та інших видів обчислювальної техніки).

Владислав Савченко, президент Європейської асоціації програмної інженерії EASE, дослідив причини, які стимулюють розвиток українського ІТ-ринку [5], та до головних причин розвитку ІТ в Україні відніс поживавлення ринку праці до докризового рівня, активізацію ІТ-стартапів, накопичення вітчизняними молодими фахівцями досвіду роботи в ІТ-компаніях. Також необхідно відмітити позитивний вплив ситуаційних факторів, серед яких іміграція ІТ-фахівців з Білорусі та запуск потужних національних ІТ-проектів на кшталт Diia City.

З огляду на визначені фактори, є підстави припускати, що у 2021 році український ІТ-ринок стане більшим, як за чисельністю співробітників, так і за обсягом залучених інвестицій. А якщо темпи зростання збережуться ще на кілька років, то експорт українських ІТ-послуг може зрости на 50-100% [5].

Українську ІТ-сферу називають найперспективнішим сектором розвитку вітчизняної економіки. За даними Кабінету Міністрів України, у 2019 році на частку інформаційних технологій доводилося 3,9% ВВП - 138 млрд. грн. Державна скарбниця поповнилася на 32 млрд. грн. податків [6].

Вітчизняна галузь інформаційних технологій є експортно-орієнтованою і більше 80% ІТ-послуг створюється для закордонних ринків [6], переважно США та країн Європейського Союзу.

Ключовими факторами успіху ІТ-сфери є кадровий потенціал талановитих та високоосвічених спеціалістів, експорт послуг у зарубіжні країни, висока якість створюваних програмних продуктів та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

З метою виявлення перспектив розвитку вітчизняного ІТ-сектору та аналізу конкурентних переваг вітчизняних ІТ-компаній має сенс порівняти дві компанії-лідери українського та світового ринку у сфері інформаційних технологій. SoftServe – провідна українська ІТ-компанія, що займається консалтингом та надає послуги у сфері цифрових технологій: програмне забезпечення, хмарні технології, штучний інтелект,

інтернет речей, сервісний дизайн, дослідження та розробка тощо [7]. Dell — американська компанія, один із провідних світових лідерів в галузі розробки і виробництва комп'ютерних систем, яка розробляє, виготовляє, продає та обслуговує широкий набір моделей персональних комп'ютерів, ноутбуків, серверів тощо [8].

Виходячи із результатів проведеного у дослідженні SWOT-аналізу, тенденцій ринку та його прогностичних значень, загальні рекомендації для розвитку сфери ІТ в Україні зводяться до наступного: розширення контактів з іноземними партнерами та замовниками; розширення асортименту ІТ-послуг; розробка стратегії інноваційного розвитку на підприємствах; концентрація уваги на ІТ-аутсорисингу; залучення іноземних інвестицій; керування ризиками.

Українська ІТ-індустрія є однією з небагатьох, яка демонструє збільшення обсягів випуску та зростання податкових платежів у бюджеті, включена до ТОП-3 за обсягом експорту послуг в Україні. ІТ-індустрія створює нові робочі місця з високою заробітною платою та забезпечує можливості для подальшого нарощення економічного потенціалу України, звичайно, в умовах зваженої державної політики щодо інноваційних галузей.

Література

1. Кораблінова І. А., Кульбацька І. А. Актуальні проблеми дослідження ІТ-ринку України. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5997> (дата звернення 10.04.2021).
2. Журавльов О. В., Сімахов О. А. Статистичне дослідження ринку ІТ-послуг в Україні // Статистика України. 2018. № 4. С. 25–33. Doi: 10.31767/su. 4(83)2018.04.03
3. Новікова А. П., Скоробогатова Н. Є. Аналіз розвитку світового та українського ринку ІТ-послуг. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 3. С. 52–56.
4. Швець М. ІТ-сфера - що це за сфера діяльності? URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/170-it-sfera-shcho-tse-za-sfera-diyalnosti.html> (дата звернення 11.04.2021).
5. Троянов С. Зростання всупереч кризі. 5 причин, чому ІТ-ринок в Україні продовжує розвиватися. URL: <https://nachasi.com/2021/02/18/it-market-ukraine-grow/> (дата звернення 11.04.2021).
6. IT Ukraine. Обсяг сплачених ІТ- індустрією податків зріс майже на третину. URL: <https://itukraine.org.ua/obsyag-splachenix-it-industr%D1%96%D1%96%D1%94yu-podat%D1%96v-zr%D1%96s-majzhe-na-tretinu.html> (дата звернення 11.04.2021).
7. Офіційний сайт SoftServe. URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/about-us/our-values> (дата звернення 12.04.2021).
8. Офіційна стаття Dell в Вікіпедії. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Dell> (дата звернення 12.04.2021).

РОЛЬ «УКРЗАЛІЗНИЦІ» У ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ СЬОГОДЕННЯ ТА ВІЗІЯ МАЙБУТНЬОГО

Логістика відіграє важливу роль не тільки для функціонування будь-якого підприємства, а й для економіки країни в цілому. До того ж логістичні послуги є трудомісткими та складаються з декількох ланцюгових етапів, кожен з яких потребує контролю та чіткості виконання. Варто зазначити, що незважаючи на складні внутрішньоекономічні проблеми, впровадження реформ в залізничну сферу як провідного логістичного оператора може дати старт відродженню потенціалу України як вигідного та надійного посередника у міжнародних перевезеннях.

Мета дослідження полягає у виявленні перспектив “Української залізниці” як провідного логістичного оператора з доставки товарів для найповнішого використання потенціалу надання ефективних та якісних логістичних послуг в Україні. Огляд поточного стану національного залізничного оператора допоможе виявити проблемні напрями та шляхи їх вирішення, в той час аналіз перспектив розвитку залізниці вкаже на нові транспортні об'єднання, економіко-політичні союзи, які повернуть Україні статус транспортно-логістичної держави.

Дослідження та експертний аналіз в обраній сфері проводили такі науковці та спеціалісти, як Є.В. Крикавський, А.Г. Кальченко, Г. В. Жаворонкова, А.Р. Божок, В. В. Бобиль, В. В. Культенко, С. В. Кострюков. Важливо зазначити, що вироблення професійної позиції щодо проблем та викликів у сфері залізничного транспорту, його ролі в національній та міжнародній логістичній системах продовжуються й зараз.

Логістика — необхідна і економічно виправдана складова обмінних процесів у високо розвинутій ринковій економіці. Основна мета логістики полягає в пошуку та забезпеченні раціональних шляхів доставки кінцевого продукту від виробника до споживача, враховуючи при цьому багато політико-економічних факторів [5].

Транспортна логістика — це один з видів логістики, основна мета якого є швидко та якісно організувати процес доставки вантажів в пункт призначення за оптимальним маршрутом, і не останню роль в ній відіграють залізничні перевезення [3]. Основними перевагами транспортної логістики є організація швидкої доставки продукції, використовуючи різні види тари і форм перевезень, не хвилюючись за безпеку вантажу, а найголовнішим є відносна економічність порівняно із іншими видами транспорту. Неможливо також оминути й недоліки такого виду транспорту, з якими часто мають справу споживачі таких послуг, а саме: висока монополізація сфери, низька маневреність, потреба прокладання нових високоякісних шляхів, висока вартість технічного оснащення та великі капіталовкладення при створенні нового транспортного коридору.

Порівнюючи час світової фінансової кризи 2008 року та сьогодення, можна зробити висновок, що обсяги залізничних перевезень вантажів на даний момент є меншими, ніж тоді - за останні п'ять років вони мали тенденцію до стрімкого зменшення: внутрішні та зовнішні – у середньому на 24 млн. т щороку і майже на 8 млн. т –

транзитні [8]. У 2015 р. через морські порти було перевезено менше 16 млн. т, а всього по залізницях – менше 17 млн. т [8]. За статистичними даними внутрішніх й експортних перевезень залізниць України, 60% складають вантажі гірничо-металургійного комплексу [9], які попри значну частку в економіці не демонструють справжній потенціал галузі, що викликають занепокоєння в економічній безпеці України.

Основними характеристиками перевезень АТ «Укрзалізниця» є, перш за все, нерівномірність надходження порожніх вагонів під завантаження та розвантаження, що потребує додаткових людських та матеріально-технічних витрат та великих складських площ. Невпевненість у своєчасності поставки сировини примушує одержувачів створювати запас, щоб уникнути простоїв у процесі виробництва. Таким чином, періодично то у зацікавлених осіб виникають понаднормові запаси, а отже, виникає потреба у додаткових вантажних операціях, що спричиняє погіршення показників якості продукції [2].

Аналіз ситуації залізничного сектору вказує, що всі учасники цього технологічного ланцюжка мають незаплановані витрати й незадоволені роботою одне одного. Такі підприємства зазвичай ставлять за мету виконання лише однієї технологічної операції - ритмічність доставки вантажів. Вирішення даної проблеми полягає у здійсненні перевезень маршрутними поїздами за чітким графіком, що покладено в основу єдиної міжгалузевої технології, якій властиві взаємопов'язані графіки руху поїздів, названих технологічними маршрутами, а також узгоджена робота станцій та підприємств, обов'язковість перевірки маси вантажів та протяжності таких маршрутів [1,4,10].

Для прискорення впровадження логістики у господарську практику АТ «Укрзалізниця» має почати створювати консультативні ради як дорадчий орган, члени якого є фахівцями в галузі логістики [6]. Ключові заходи, які виконують ради у сфері логістики, є розробка пропозицій щодо удосконалення галузі, імплементація рішень з аналізу поточного стану та проблем розвитку логістики на профільних нарадах, впровадження досвіду інших організацій. Не менш важливим для будь-якої якої компанії у зазначеній сфері, в тому числі й для «Укрзалізниці» є ефективне використання трудових ресурсів, а застосування принципів логістики сприяє суттєвому підвищенню продуктивності праці [7].

Основними складовими швидкого руху поїздів є гармонійний та комплексний розвиток усіх процесів, саме тому доцільно поділити стратегію розвитку на 3 етапи: I етап – реабілітація колійної інфраструктури, приведення її у відповідність до міжнародних стандартів; II етап – модернізація вантажного вагонного парку, обладнання його новими візками, розрахованими на швидкість до 120 км/год; модернізація засобів СЦБ та енергопостачання; III етап – розділення пасажирського та вантажного руху, досягнення швидкості вантажних поїздів 120 км/год і більше [11].

На основі вивченої інформації, вважаємо за доцільне стверджувати, що розвиток логістичної системи «Укрзалізниці» потребує таких заходів, як: упровадження інтероперабельної залізничної системи; налагодження високоякісних технологічних процесів; перепланування виробничих приміщень та налаштування їх на ефективну роботу; упровадження сучасних інформаційних систем в управлінні і контролі усього логістичного процесу в реальному часі; забезпечення надійного транспортування вантажів; упровадження транспортних систем нового покоління.

Література

1. Жаворонкова Г.В., Божок А.Р. Управління інформаційною інфраструктурою логістики на залізничному транспорті. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2015. № 2. С. 140–142.
2. Копитко В.І., Орловська О.В. Логістичний підхід до планування вантажних перевезень та комерційних операцій на залізничному транспорті. Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Проблеми економіки транспорту. 2013. Вип. 5. С. 22–29.
3. Познякова О. Логістичні підходи в управлінні пасажирськими залізничними перевезеннями. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». 2015. Вип. 31. С. 110–115.
4. Якименко Н. Концептуальні основи формування та функціонування логістичної системи залізничного транспорту України. Українські залізниці. 2014. № 9. С. 27–29.
5. Яцюта О. Транспортно-логістична система України в умовах європейської інтеграції. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 89–99.
6. Офіційний веб-сайт АТ «Укрзалізниця» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.uz.gov.ua/> (дата звернення: 27.04.2021).
7. Рудківський О. А. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА / О. А. Рудківський, Ю. В. Гонгало. // Інфраструктура ринку. – 2019. – №30. – С. 218–224.
8. Мироненко В.К. Транспортна інтероперабельність та мультимодальні рішення. Національний круглий стіл НТС України – 2030. URL: https://mtu.gov.ua/files/4_Transport_Interoperability_and_multimodal_solutions_Myronenko.pdf
9. Кулицький С. Проблеми розвитку українського гірничо-металургійного комплексу на сучасному етапі [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2015. – № 15. – С. 41–62. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr15.pdf> (дата звернення: 27.04.2021).
10. Качуровський В. Є. ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ / В. Є. Качуровський. // Збірник наукових праць Вінницького національного університету. – 2010. – №4. – С. 40–47.
11. Мазуренко О. О. Перспективи подальшого розвитку міжнародних транспортних коридорів України / О. О. Мазуренко, А. В. Кудряшов // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Транспортні системи та технології перевезень. - 2016. - Вип. 12. - С. 58-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnu_tstp_2016_12_11.

СЕКЦІЯ 6. СУЧАСНИЙ АГРОБІЗНЕС: ТЕХНОЛОГІЇ, ЕКОНОМІКА, ТРЕЙДІНГ

Модератор секції —
Єранкін О. О., доктор екон. наук, професор

Вариченко А. В.,
051 «Економіка», 4 курс бакалаврату
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник — доц. Висоцька О. М.

ЛІЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АПК

Пошук вигідних інструментів фінансування купівлі сільськогосподарських машин та іншої техніки є актуальним питанням для аграріїв, особливо тих, хто функціонує самостійно поруч з агрохолдингами. Через нестабільну кон'юнктуру ринку (а, отже, і надходження готівки) та інколи жорсткі вимоги банків, не всі аграрії готові залучати кредити. Можливості оновлення техніки базуються на купівлі техніки, нової чи вживаної, її оренді на виконання певних операцій чи придбанні на умовах лізингу чи в кредит. Метою дослідження є дослідити переваги використання саме лізингу як інструменту відтворення основних засобів для аграрних підприємств.

Особливості лізингові відносин в секторі АПК України та їх переваг відображено в наукових працях Андрійчука В.Г., Березовської О.І, Кущик А.П., Гончаренко В.В. та інших. Однак питання лізингових операцій та їх переваг для аграріїв залишаються дискусійними, тому потребує подальших досліджень.

Оновлення технічних засобів пов'язане з процесом відтворення, основними цілями якого є відшкодування зношених основних фондів, збільшення маси основних фондів, забезпечення ними підприємств в відповідності з виробничою програмою і підтримання їх в робочому стані [4]. В економічній літературі зазначаються наступні форми відтворення основних засобів: підтримання основних засобів у придатному для експлуатації стані без зміни їх первісної корисності; просте відтворення основних засобів, що означає заміну фізично і морально зношеної техніки новою; розширене відтворення основних засобів за рахунок модернізації техніки, переоснащення виробництва [1].

Особливою формою відтворення основних засобів, сутність якої полягає в довгостроковій оренді майна, що означає передачу цього майна у тимчасове користування за умов платності, строковості, зворотності а також можливістю викуп є лізинг.

Лізинг – не просто альтернативний, але і зручний спосіб фінансування. Використовуючи лізинг, аграрій може отримати сільськогосподарську техніку в максимально стислі терміни. Економлячи час, бізнесмен менше втрачає і ресурсів. Також безумовний плюс лізингу в скороченні паперової тяганини. До операцій з лізингом залучається широке коло підприємств з різним рівнем фінансового стану, тоді

як при прямій закупівлі техніки у кредит через банки останні виставляють підвищені вимоги до платоспроможності та ліквідності позичальників.

Перевагою для аграрних підприємств при укладанні лізингових угод є можливість використання гнучких лізингових платежів за схемою, що найбільше відповідає сезонності сільськогосподарського виробництва, а отже, і сезонності надходження коштів за реалізовану продукцію (наприклад, розробляються спеціальні графіки лізингових платежів для ферм — виробників молочної продукції і для ферм, що спеціалізуються на виробництві продукції рослинництва) [2].

Також не можна ігнорувати недоліки лізингу. Лізинг, як форма інвестування є досить ризиковою справою. Існує ступінь невизначеності майбутнього результату і можливі випадки відсутності коштів для виплати запланованих лізингових платежів. Як засвідчує міжнародна практика, лізингові платежі для підвищення конкурентоспроможності порівняно з кредитами можуть потребувати прийняття державою законодавчих актів, де будуть передбачені різні податкові пільги для учасників лізингової угоди.

Для покупки дорогої імпоротної чи вітчизняної техніки підприємства вимушені шукати кошти, тому в нагоді стає лізинг. Після падіння у 2014 році український ринок лізингу щороку відновлюється до показників 2013 року. Так у 2019 році вдалося укласти угоди вартістю 26,2 млрд. грн, що на 18% більше, ніж в 2018 р. У 2019 році підприємства отримали через лізинг 1834, а у 2020 році вже 2153 одиниць сільськогосподарської техніки, найбільш поширеним видом техніки були трактори (26% ринку), техніка для обробки ґрунту (близько 14% нових реєстрацій лізингових угод), жнивarki (14%), сівалки (11%) [3]. Серед тракторів, одержаних у лізинг лідерами є трактори виробництва New Holland (23% від загального обсягу), бренди John Deere (16%) і Fendt (12%) [3].

Об'єктом нашого дослідження є ДП ДС «Білоцерківська» Білоцерківського р-ну Київської обл. При детальному аналізі забезпеченості підприємства технічними засобами та врахуванні потреби в засобах за піковими періодами виробництва, було визначено необхідність залучати додаткову збиральну техніку. Пропонуємо зупинитися на придбанні сучасного комбайну Claas Lexion 430, що має призвести до підвищення якості збиральних робіт та швидкості їх виконання. На наступному етапі аналізу постали питання придбавати нову техніку чи вживану і які джерела фінансування використати.

Рішення на користь купівлі нової техніки підприємство може прийняти, коли доступний кредит і низькі відсоткові ставки на нього, фермер або обслуговуючий техніку персонал не має необхідних технічних навичок для підтримки уживаної техніки в робочому стані і проведенні своєчасного та якісного ремонту, коли невідома причина продажу техніки колишнім власником і неможливість більш-менш точно визначити її технічний стан.

Рішення на користь купівлі потриманої техніки може бути прийняте тоді, коли названі фактори діють у зворотному напрямі, тобто коли обмежені можливості одержання кредиту і високі відсоткові ставки на нього, обслуговуючий персонал підприємства або фермер мають необхідну кваліфікацію для раціонального обслуговування й експлуатації такої техніки тощо [2].

Було порівняно купівлю нового чи вживаного комбайну з використанням різних фінансових джерел (табл.1).

Таблиця 1 — Порівняння джерел інвестування у покупку техніки*, тис. грн.

Вид покупки	Нова техніка**	Вживана техніка***	Різниця
Власні кошти	6590	3077	-3513
Кредитні кошти	7605	3590	-4039
Лізинг	7445	4263	-3182

* - кредит розраховувався строком на 3 роки за відсоткової ставки 10%, лізинг – за умов авансу у розмірі 20% вартості предмета лізингу, 10,5%, строк – 3 роки.

** - <https://autoline.com.ua/-/zernouborochnye-kombayny/CLAAS/Tucano-430--c203tm2519m5882> (дата звернення 28.04.2021)

*** - <https://autoline.com.ua/-/zernouborochnye-kombayny/CLAAS/Tucano-430--c203tm2519m5882> (дата звернення 28.04.2021)

Можна зробити висновок, що за відсутності коштів на придбання нової техніки техніку можна взяти у лізинг і це буде дешевше ніж у кредит, однак враховуючи специфіку об'єкту дослідження потрібно врахувати, що прибуток підприємства за 3 останніх періоди постійно зменшувався та становив у 2020 році 762 тис. грн., що означає, що підприємство не потягне виплату лізингових платежів за перший рік навіть вживаної техніки та існує ризик відсутності коштів для виплат у наступні два періоди.

Порівнюючи технічні характеристики CLAAS TUCANO 430 та старого ДОН-1500 можна порахувати економію на витратах (табл.2).

Таблиця 2 — Порівняння показників витрат на комбайнування 100 га озимої пшениці, грн

Показник	ДОН-1500	Claas Tucano 430	Різниця
Пальне	59400	49500	-9900
Поточний ремонт	19440	11442,6	-7997,4
Амортизація	9720	8068,5	-1651,5
Інші витрати	2805,6	2304	-501,6
Всього	91435,6	71385,1	-20050,5

Тобто використання іншого комбайну економить 20050 грн на 100 га, тобто якщо провести комбайнування 969 гектарів озимої пшениці у 2020 можна було зекономити 194284,5 грн. Отже навіть економія на щорічних витратах не особливо допоможе підприємству у виплаті лізингових платежів.

Можливо у такому випадку доречно орендувати техніку для збирання пшениці. Так оренда CLAAS Tucano 430 буде коштувати 800 грн/га², що є дорожчим за витрати на використання комбайну CLAAS Tucano 430 на майже 9000 грн, але дешевше за витрати на використання комбайну Дон-1500. З цього аналізу можна зрозуміти, що підприємство може задуматися про оренду техніки, замість її покупки, оскільки відсутні кошти для купівлі чи виплати коштів по зобов'язанням та мають місце високі процентні ставки по кредиту та лізингу.

Розглянувши переваги та недоліки лізингу є підстави вважати його ефективним інструментом фінансування розвитку техніко-технологічної бази аграрного підприємства. Однак як показали результати дослідження очевидні переваги лізингу не допоможуть досліджуваному підприємству придбати новий комбайн. Зважаючи на те, що у

² <https://vinnica.flagma.ua/uk/uslugi-po-uborke-urozhaya-arenda-kombaynov-na-o11172503.html>

підприємства відсутні кошти для придбання техніки, а також було встановлено, що підприємство не зможе виплатити кредитні та лізингові платежі, було запропоновано оренду пропонованої техніки замість її купівлі. Власне повільні темпи розвитку ринку лізингових послуг можна пояснити неспроможністю підприємств забезпечити умови виконання лізингових платежів. Необхідний подальший розвиток ринку лізингових операцій та державної підтримки аграрним підприємствам для того щоб забезпечити заміну застарілих засобів виробництва продукції.

Література

1. Андрійчук В.Г., Бауер Л. Менеджмент: прийняття рішень і ризик : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1998. 316 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.
3. Лізингове фінансування українських аграріїв в 2020 зросло на 17%. Українське об'єднання лізингодавців : вебсайт. URL: <http://uul.com.ua/2021/lizyngove-finansuvannya-ukrayinskyh-agrariyiv-v-2020-zroslo-na-17/> (дата звернення 26.04.2021).
4. Яшан Ю.В. Напрямки підвищення ефективності відтворення і використання основних засобів. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2012. №22. С. 1-6.

Шеремет О. В.

051 «Економіка», 1 курс магістратури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник – доц. Вострякова В. Ю.

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Актуальність даної тематики обумовлена значним зростанням значення аграрного сектора для національної економіки, зокрема, в контексті впровадження ринку землі значно зростає потенціал зайнятості населення в сільському господарстві, нарощення обсягів аграрного виробництва, збільшення експортних потоків, що вимагає від аграрного бізнесу відповідної уваги до оцінки стану ефективності функціонування аграрного підприємства.

Питання напрямків покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах розглядала значна кількість науковців, в тому числі: В. А. Веденєєв, Я. М. Майовець, Ю. М. Сагачко, Л. В. Тешева, С. Ю. Соколюк, О. В. Ульяновченко, К. О. Утенкова [1-5] та інші.

Метою роботи є аналіз напрямків покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах.

Методичною базою дослідження напрямків покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах є загальні наукові методи:

синтезу, систематизації, дедукції, індукції, групування, узагальнення та інші.

Сучасними викликами для розвитку аграрного бізнесу виступають:

- впровадження умов до ринку купівлі-продажу землі;
- зростання конкуренції українського аграрного бізнесу з світовими аграрними корпораціями;
- активне збільшення уваги більшості країн до процесу аграрно-харчової безпеки;
- впровадження систем автоматизації, супутникового стеження за аграрно. технікою;
- пошук балансу між органічною та неорганічною продукцією, сировиною, матеріалами та культурами.

Ключовими експортними аграрними культурами України, зокрема, до ЄС є пшениця, кукурудза та ячмінь.

Імпорт товарів групи 1 005 «Кукурудза» в ЄС з України в 2020 р. склав 1,75 млрд. дол. США. Скорочення поставок товарів групи 1005 в ЄС з України склало 39% у порівнянні з 2019 р. імпорт зменшився на 1,12 млрд. дол. США (в 2019 р. показник експорту кукурудзи з України до ЄС складав 2,87 млрд. дол. США). Товари групи 1005 склали в 2020 р. 9,29% від загального імпорту до ЄС з України (всього в 2020 році імпорт в ЄС з України складав 18,8 млрд. дол. США) [6].

Імпорт товарів групи 1001 «Пшениця і меслини» в ЄС з України в 2020 році склав 162 млн. дол. США. Скорочення поставок товарів групи 1001 склало 29% у порівнянні з 2019 р.: імпорт зменшився на 67 млн. дол. США (в 2019 р. в ЄС з України було завезено товарів групи 1001 на суму 229 млн. дол. США).

Імпорт товарів групи 1003 «Ячмінь» в ЄС з України в 2020 році склав 20 млн. дол. США. Скорочення поставок товарів групи 1003 склало 75% у порівнянні з 2019 р.: імпорт зменшився на 63 млн. дол. США (в 2019 р. було завезено товарів групи 1003 на суму 84 млн. дол. США) [6].

Ключовими умовами покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах можуть бути:

- оптимізація існуючих бізнес-процесів;
- автоматизація окремих процесів виробництва, логістики та зберігання аграрної продукції;
- вдале поєднання сівозмін;
- запровадження контрактних умов вирощування аграрних культур;
- вихід аграрних підприємств на IPO.

На основі проведеного аналізу встановлено, що в сучасних умовах ключовими ризиками ефективності функціонування аграрного підприємства є виробничі та маркетингові аспекти стратегічного планування векторів бізнесу, внутрішньої організації праці аграрного бізнесу, автоматизації окремих аграрних бізнес-процесів.

Для розкриття резервів та потенціалу покращення ефективності функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах актуальним є впровадження галузевого, в тому числі на основі іноземного досвіду бенчмаркінгу, автоматизації більшості виробничих та логістичних процесів, створення ланцюгів формування доданої вартості не лише від процесу вирощування продукції, але й до процесу створення готового продукту кінцевого споживання, що дозволить значно реалізувати існуючий виробничо-

маркетинговий потенціал розвитку аграрного бізнесу.

Література

1. Веденєєв В. А. Оцінка ефективності довгострокових моделей прогнозування ціни реалізації продукції аграрного сектору в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 46-51.
2. Майовець Я. М. Дослідження ефективності інноваційного розвитку аграрного підприємництва в Україні. *Інноваційна економіка*. 2018. № 1-2. С. 60-69.
3. Сагачко Ю. М. Інноваційна діяльність підприємств аграрного сектору як критерій ефективності його виробничо-господарського потенціалу. *Проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 217-223.
4. Соколюк С. Ю. Показники ефективності використання фінансових ресурсів підприємств аграрного сектору. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 207-211.
5. Ульянченко О. В. Моніторинг ефективності управління механізмом економічної безпеки аграрного сектору. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 13-14. С. 19-25.
6. Торгова статистика. URL: <https://trendeconomy.ru/> (дата звернення 1.04.2021).

Наукове видання

«НАУКОВІ БАРВИ — 2021»

*Збірник тез доповідей
учасників декади студенської науки «Наукові барви»
у межах 88-ої наукової студентської конференції*

«ІННОВАЦІЙНІ ІДЕЇ ТА КРЕАТИВНІ ПРОЄКТИ В ЦИФРОВІЙ ЕКОСИСТЕМІ»

Видано в авторській редакції

Підписано до друку Формат 60×84/8 Друк. арк.. Зам. №
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, Україна, м. Київ, пр. Перемоги, 54/1
Тел./факс (044) 537-61-41; тел.(044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua