

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів**



**«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ
ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ
ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ:
МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Том 1

05 листопада 2021 р.

Дніпро

Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд : матеріали міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т. – Т. 1. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. – 432 с.

Матеріали науково-практичної конференції, які включені до збірника, присвячені фінансовим аспектам в умовах ринкового середовища; економіко-управлінським і комунікативним процесам у цифровому суспільстві; проблемам соціально-економічного розвитку; питанням розвитку туризму та готельно-ресторанної справи; сучасним тенденціям розвитку міжнародних відносин і регіональних студій; історико-правовим та філософським аспектам трансформації вітчизняної правової системи; а також розвитку інформаційних і транспортних технологій, міжнародної логістики.

Збірник матеріалів може зацікавити науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також фахівців у галузі економіки, права, управління та фінансів.

Організатори конференції: Міністерство освіти і науки України,
Університет митної справи та фінансів,
Рада молодих вчених Університету
митної справи та фінансів

Склад редакційної групи: Бочаров Д. О., Ченцов В. В., Приймаченко Д. В.,
Архірейська Н. В., Губа О. І., Даценко В. В.,
Корнєєв М. В., Ліпинський В. В.,
Дерев'янку Т. П., Легеза Є. В.,
Марценюк О. О., Разживін В. М.

ЗМІСТ

Секція 1. Фінансові аспекти в умовах змін ринкового середовища

Логачова К. О. Проблеми управління кредитним портфелем банку та шляхи їх розв'язання	15
Волкова А. Р. Маркетингова діагностика конкурентоспроможності рітейл-банку	17
Kryvanych Y. S. Functions of money, their role in management. Banking systems in times of crisis	19
Моголівець А. А., Локтіонова Я. Ф. Система індикаторів фінансової стійкості будівельного сектора	21
Коробська А. В. Міжнародний поділ праці як характерна ознака міжнародних економічних відносин	23
Шевченко Ю. О. Оптимізація структури джерел формування оборотного капіталу ПАТ «Миколаївська аграрна компанія»	25
Бойко О. І. Оптимізація структури капіталу підприємства	28
Сисоєнко І. А., Гарбар М. Ф. Динаміка платіжного балансу України	30
Божко С. С. Оподаткування спадщини: національний та міжнародний досвід	32
Матвійчук Н. М., Демчук І. В., Корнієнко В. О. Рахунки ескроу як інноваційний фінансовий інструмент в банках України	34
Матвійчук Н. М., Купіч Б. В. Кредитний ризик комерційних банків в Україні	36
Тутов І. Г. Види ринків цінних паперів	38
Гуменюк О. Ю. Сучасні тенденції глобалізації фінансових ринків	40
Григоренко Т. О. Зміна фінансового стану підприємств з упровадженням інновацій	42
Коваленко С. С. Перспективи розвитку страхового ринку України	43
Роменська К. М. Управління бюджетними потоками в Україні в умовах кризи COVID-19	45

Романенко Д. О. Вплив змін ринкового середовища на підприємство.....	45
Здорик А. В. Вплив методів визначення виробничої собівартості на ефективність виробництва у сільському господарстві	49
Пономарьова І. С. Оцінка інвестиційної прибутливості України	51
Каспшишак А. В. Економічна сутність та особливості заощаджень домогосподарств	53
Линь В. О. Криптовалюти як фінансовий інструмент	56
Марчук М. С. Вплив податкового навантаження на інвестиційний клімат в країні	59
Корх Н. С. Фінансова децентралізація як умова забезпечення стабільного розвитку держави	61
Шишкова Д. С. Напрями активізації інвестиційної діяльності некваліфікованих інвесторів в Україні.....	63
Деркач О. О. Формування доходів місцевих бюджетів в умовах децентралізації	65
Бенедесюк С. О. Формування фінансового потенціалу ОТГ	68
Асланова К. Р. Управління відсотковою політикою банківської установи	70
Товпига Є. О. Трампономіка і процеси економічної дезінтеграції в сучасному світовому господарстві	72
Щегельська А. О., Фоменко В. К. Сучасні підходи до ризик-менеджменту банку.....	73
Круглякова В. В., Стахів С. Ф. Непрямі податки у дохідній частині бюджету та їх вплив на суспільний добробут	75
Лукашук М. В. Сучасний стан банківського кредитування інновацій	78
Баранець В. І., Покрищенко А. В. Плани банків щодо випуску та придбання цінних паперів	80
Дудчик О. Ю., Баштовенко З. Д. Вплив зовнішніх чинників на фінансові результати діяльності підприємств України	82

Гусєва В. О. Тіньова економіка як чинник спотворення основ збалансованої економічної системи країни	84
Коваленко П. К., Петрусенко К. В. Аналіз страхового ринку України в умовах змінного зовнішнього середовища.....	86
Моршна Л. О., Іванова Є. К. Важливість прибутку для успішної стратегії підприємства	88
Асмолков С. О. Особливості стратегічного управління в сучасних умовах	90
Коваленко С. С. Медичне страхування в Україні в умовах пандемії	92
Курінна В. В. Кредитні ризики банківської системи України	94
Курінна Д. В. Розвиток операцій роздрібного кредитування фізичних осіб: сучасна проблематика та перспективи.....	96
<i>Секція 2. Економіко-управлінські та комунікативні процеси в цифровому суспільстві</i>	
Chyzykova I. V., Tokarieva A. V., Holiak V. I. Change of educational paradigm in the context of digital society	99
Безбородько Ю. О. Алгоритми глобальної комунікації у трендових соціальних мережах як парадокс людської взаємодії	101
Хілько А. С. Особливості сприйняття інформації у сучасному світі	103
Шостак А. В. Основні принципи інформаційної політики органу місцевого самоврядування	105
Масан В. В. Інформаційні технології підтримки прийняття рішень для забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту.....	107
Maksymenko O. O. Analysis of the process of human socialization in the organization	110
Марчук В. В. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент комунікації в умовах цифровізації	112

Думчиков О. В. Нові комунікаційні виклики в цифровому суспільстві	114
Сенкевич Г. А. Особливості впливу ЗМК на громадську свідомість на сучасному медіапросторі України	116
Шинова В. А. Особливості українського медіапростору	119
Руденко Ю. С. Технології просування локальних брендів в Інтернеті.....	121
Шумак Л. В. Економіко-управлінські та комунікативні процеси в цифровому суспільстві проектних підприємств у будівництві	124
Фандій А. А. Економіко-управлінські аспекти цифровізації сфери публічного управління	126
Мурзіна Р. І. Семіотична складова візуальних комунікацій	128
Маленок А. С. Експериментальний аналіз комунікативних компетенцій практичного психолога	131
Skorupych A. O. The influence of digital technologies on the management of modern organizations	132
Чупілко О. Г., Дронова Т. С. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: переваги та недоліки	134
Володіна Д. С., Смесова В. Л. Цифровізація державного управління як основа для економічного розвитку та подолання інституційних бар'єрів	136
Мамчур Д. І. Управління маркетинговими комунікаціями на основі алгоритмів	139
Куц В. А., Бендюг Є. С. Значення та роль інновацій у розвитку підприємства	141
Виноградова В. Ю. Організація комунікативного процесу за дистанційних умов праці	143
Дудар О. Г. Технології просування книжкових видань у соціальних мережах	145
Павленко Є. М. Механізми реалізації сучасної моделі комунікативної політики органів публічної влади України	147

Онищенко В. В. Державні органи, що беруть участь у боротьбі з контрабандою	149
Кляцький Д. Ю. Особливості адміністративної відповідальності за порушення митних правил	152
Кучеренко К. І. Цифровізація економіки на сучасному етапі	154
Векленко А. І. Прийняття управлінських рішень у сучасних умовах: критерії, методи, вимоги	156
Пікалова В. В. Нові можливості управління персоналом в умовах цифровізації	158
Зарувінська А. А. Економіко-управлінські аспекти діяльності іноземних компаній в Україні (на прикладі ІКЕА)	160
Башинський М. Б. Сучасні аспекти використання інформаційних систем і технологій в управлінні	162
Стогов І. О. Періодичні видання Полтави та Полтавської губернії (1838–1917 рр.)	165
Vlaschenko V. Ye. Online education – pandemic constraints or new stage in development of the digital society?	167
Логвінова В. С., Пасічник Т. О. Тенденції розвитку ринку праці в умовах пандемії	170
Будзь А. В. Діджиталізація HR-процесів у сучасних реаліях цифрового суспільства	172
Заболоцька Є. С. Communicative processes in digital society: the importance of technology nowadays.....	174
Устян Б. М. Етично-правові норми та стандарти комунікативних процесів в епоху цифровізації.....	176
Маслова Я. Р. Цифровізація як елемент розвитку нової моделі управління	178
Маляр Д. В., Бондар К. А. Сучасні цифрові засоби виробництва	180
Брайко В. С. Формування програми аудиту розподілу прибутку	183
Моторна К. Д. Ретро-тематика в онлайн-медіа.....	185

Сидоренко В. С. Основна сутність упровадження електронних послуг органів місцевого самоврядування	187
Сидоренко В. С. Законодавчі аспекти системи електронних послуг	189
Олексієнко Р. Ю., Пікалова В. В. Вплив цифровізації на прийняття управлінських рішень в організації	191
Артюмова С. О. English is the language of international communication	193
Артюмова Я. О. Machine translation of text from English: advantages and disadvantages	194
Величко В. А. Використання скорочень у цифровому суспільстві	196
Волкова А. Р. Роль і значення маркетингових комунікацій підприємств	198
Чехлатий К. О. Економіко-управлінські та комунікативні процеси в цифровому суспільстві	200
Павлішина Н. М. Електронні комунікації у цифровому просторі	201
Багро К. В. Проблематика управління процесами та комунікації в цифровому суспільстві	204
Лугова Є. І. Управління розвитком туристичних послуг в Україні в умовах цифровізації	205
Лаптева В. Д. Цифрові комунікації між суб'єктами господарювання під час пандемії	208
Chumak Ya. S. Women's leadership in business	210
Старина М. В. Дайджести у контексті сприйняття друкованої та цифрової інформації аудиторією сучасних медіа	212
Ковальчук М. Ю., Вишневецька Е. І. Вплив та наслідки пандемічних обмежень у діяльності українських ЗМІ	214
Мельніченко І. С. Застосування аналітичних процедур в аудиті фінансової звітності	216
Філінковська А. В. Вплив пандемії COVID-19 на поведінку споживачів	218

Кресан К. Д. Система адміністративних стягнень, що застосовуються за порушення митних правил	220
Панова Я. Г. Цифровізація як чинник розвитку персоналу підприємства	222
Бутенко В. М. Mind map як додатковий засіб засвоєння літературознавчих тем	224
Ковальчук М. О. Роль комунікаційної складової у державній політиці органів місцевого самоврядування	226
Колєнчак С. К. Види порушень митних правил	228
Сопін Є. О. Основні напрями розвитку FinTech у сучасній цифровій економіці	230
Волошина А. О. Роль економічних знань у професії маркетолога	233
Вакерина К. С., Кийда Л. І. Актуальні проблеми впровадження європейської моделі митниці на території сучасної України	235
Глуханюк Т. В. Управління людськими ресурсами в цифровому суспільстві	238
Іценко Т. Є., Дронова Т. С. Маркетингові інновації в інтернет-рітейлі	240
Івашина А. В., Озерян К. С. Соціальне підприємництво як інструмент розв'язання проблем суспільства	242
Лисенко В. М. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану	244
Ісаханян С. Р. Kahoot and Memrise as elements of a flipped classroom	247
Животова А. О., Масленникова А. А. Вплив COVID-19 на Digital-маркетинг	251
Шамрай К. О. PR-технології у співпраці зі ЗМІ у формуванні іміджу організації	254
Козлова І. А. Проектний підхід у реалізації екологічної політики органами місцевого самоврядування у сфері поводження з відходами	255

**Секція 3. Соціально-економічний розвиток:
стратегічні та інноваційні рішення**

Клименко К. В., Савостьяненко М. В. Стратегічні орієнтири посилення захисту критичної інфраструктури в контексті забезпечення національної безпеки	259
Горніч А. А. Соціально-економічний розвиток: інноваційні рішення	261
Шаранов Р. С. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток підприємництва в Україні	263
Бондаревська К. В., Метлицька В. О. Проблема молодіжної міграції та її вплив на соціально-економічний розвиток України	265
Коробська А. В. Європейська соціальна модель як пріоритетний напрям розвитку цивілізованого суспільства	267
Разумова Г. В., Варбанський О. В. Формування ресурсів територіальних громад	269
Деркач О. О. Пенсійне страхування в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку	271
Пилипенко В. М. SWOT-аналіз як основа стратегічного планування у підприємстві	274
Демчук І. В., Теслюк С. А. Проблеми соціально відповідального ведення бізнесу в Україні та шляхи їх розв'язання	276
Кузьменко Ю. А. Бухгалтерський облік в управлінні господарською діяльністю підприємств державного сектора економіки України	278
Чайка Ю. О. Порівняльна характеристика організації оплати праці працівників державного сектора економіки	280
Розумейко А. А. Інвестиційне забезпечення створення HR-бренда роботодавця	282
Литвинов Р. А. Місце соціальних інвестицій у формуванні соціальної відповідальності підприємств	284
Клушевський С. С. Стан і тенденції розвитку інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств	286

Довгаль В. О. Механізм активізації інвестиційної діяльності в аграрному підприємстві	288
Грицаєнко М. І. Інтегральний індикатор соціальної відповідальності бізнесу	290
Гриняк Д. Г. Досвід вітчизняних агрохолдингів у впровадженні засад соціальної відповідальності бізнесу	292
Гасан В. Д. Сталий розвиток вітчизняних підприємств у нефінансових звітах.....	295
Гайдукова Н. В. Механізм активізації інвестування технічного озброєння аграрної сфери економіки	297
Андріяшин В. С. Роль соціального капіталу в розвитку системи національної економіки	300
Бромирський Б. О. Світовий досвід упровадження засад соціальної відповідальності бізнесу	302
Патицька Х. О., Ключник Л. В. Земельні активи територіальних громад в Україні: напрями управління	304
Ісаханян С. Р. Професіоналізація публічних закупівель в Україні	306
Корінь А. В. Аналіз портфеля цінних паперів банку	308
Скорупич А. О. Застосування інструментів нейромаркетингу в сучасних організаціях	310
Козявка О. Г. Соціально-економічний розвиток України: стратегічні та інноваційні рішення	312
Ішков Є. В. Особливості планування інвестиційної діяльності підприємства	314
Новак К. С. Обґрунтування важливості формування маркетингової стратегії підприємства для світової сфери торгівлі	316
Новіков І. О. Аналіз тенденції розвитку страхового ринку України в умовах пандемії	318
Молодоження А. О. Інноваційний розвиток економіки України: переваги і недоліки	321

Клюс А. О. Інноваційна діяльність в умовах конкуренції	323
Чередник Д. О. Інноваційна економіка: сучасний стан	325
Малихіна К. В. Розвиток стартапів в Україні	327
Яковенко А. В. Шляхи вдосконалення розробки і реалізації стратегії розвитку підприємства в сучасній економічній науці	329
Семакіна Д. Е., Тихоненко С. О. Державна політика цифровізації у сфері охорони здоров'я	331
Ульянова Л. П., Чайка Ю. М. Про деякі підходи до дослідження стану та перспектив розвитку економічних регіонів країни як важливих складових макроекономічного аналізу	333
Біліченко А. П. Одноразове (спеціальне) добровільне декларування як один із механізмів розвитку превентивно-партнерського співробітництва держави та бізнесу	335
Кузнєцова Ю. А., Онищенко У. В. Роль соціального підприємництва в соціально-економічному розвитку України	337
Чала К. Ю. Teradata як засіб аналізу бази даних	339
Соболь Г. О. Екологічно-економічні та соціально-функціональні системи заради збереження довкілля	341
Лавриненко О. О. Економічна безпека підприємства: роль обліково-аналітичного забезпечення	344
Хамула Д. Д. Соціальна нерівність в Україні в умовах пандемії COVID-19 та шляхи її подолання	346
Марочко О. В. Значення інноваційних технологій для економіки Південної Кореї	348
Чумак Я. С., Ковальчук Н. В. Переваги соціальної корпоративної відповідальності для бізнесу	350
Тороп К. М. Як в Україні вибудувати власну ефективну модель соціальної ринкової економіки	352
Корх Н. С. Перспективи розвитку медичного страхування в Україні	354

Саф'яник Б. А. Сучасні торговельно економічні зв'язки України та Німеччини	356
Гук А. В. Як блокчейн удосконалює процес управління даними?	358
Крижановська Д. О. Державна підтримка сімей одиноких матерів	360
Кравець Д. В. Система наставництва для дітей-сиріт в Україні	362
Черба В. М., Парасіч А. О. Наставництво як альтернативний механізм соціалізації дітей-сиріт	364
Зубар І. В., Тименюк І. Ю. Напрями державного регулювання зайнятості населення	366
Гулієва А. Р. Поведінкова економіка як інструмент маркетингу	368
Іванова Б. В. Новітні технології як важливий чинник розвитку інформаційного суспільства	370
Демченко К. О. Вплив NEET-молоді на соціальну безпеку країни	372
Байбаков І. В. Стратегія забезпечення економічної безпеки США	375
Гойда О. О. Оцінка рівня людського розвитку на міжнародному рівні ...	378
Юрескул Г. О. Вплив зовнішнього середовища на економіку сучасного підприємства	380
Рудь М. Б. Перспективи розвитку інтернет-страхування в Україні	382
Охріменко М. Є. Вплив процесів глобалізації на економіку України	384
Чабан Л. І. Підвищення ефективності інвестування у розвиток людського капіталу	385
Ковальов М. С. Прожитковий мінімум в Україні та його динаміка	387
Ковальов М. С. Аналіз підходів до оцінювання обсягів тіньової економіки в Україні	389
Дмитренко В. Є. Сучасні глобалізаційні процеси та їх вплив на Україну	391
Селедцов В. В. Економічний аналіз комерційної діяльності малого підприємства та обґрунтування шляхів його розвитку	393

Коваленко П. К. Податкова соціальна пільга як засіб підвищення рівня життя і добробуту населення України	395
Сірант М. О., Токарник Є. С. Розв’язання проблеми якості води і санітарних умов в Україні в умовах сталого розвитку	398
Григор’єва П. Д. Порівняння соціальної відповідальності бізнесу в Україні та інших країнах	400
Івашина А. В., Озерян К. С. Гендерна рівність у світі та в Україні	402
Івашина А. В., Озерян К. С. Соціальне підприємництво як інструмент розв’язання проблем суспільства	404
Горб К. Ю. Екологізація як чинник економічного розвитку в Україні	406
Михайлюк Ю. О. Фінансова складова економічної безпеки підприємства	408
Тарасенко А. О. Податкова система України: зарубіжний досвід та перспективи вдосконалення	410
Остапенко В. М. Державна політика регулювання освіти і науки в умовах інноваційної економіки	412
Гречуха Ю. С., Миколайчук І. П. Інноваційний підхід до розвитку лідерства у світі VUCA	414
Бондарєва А. А., Кудря А. Ю. Роль соціальної реклами в підприємстві та тенденції її розвитку	416
Бондаренко Д. М. Публічне управління економічним розвитком регіонів	417
Бондаренко Л. І. Управлінська праця державних службовців як соціально-економічний базис суспільного розвитку	420
Фролов П. В. Сучасні проблеми корпоративного врядування на підприємствах державного сектора економіки	422
Макарова К. О. Підходи до методів оцінювання персоналу підприємства	424
Ковальчук М. Ю., Вишневецька Е. І. Вплив та наслідки пандемічних обмежень у діяльності українських ЗМІ	426
Іменний покажчик	429

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Логачова К. О.,

студентка Миколаївського національного
університету імені В. О. Сухомлинського
(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н, доц.,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського)

Нинішнього часу найважливішим видом діяльності комерційних банків виступає кредитування, оскільки саме від якості менеджменту кредитного портфеля залежить прибутковість та фінансова стійкість банку.

Проведення кредитних операцій приносить банку реальний процентний дохід, отже, дослідження сутності та структури кредитного портфелю комерційного банку, і механізм управління ним має важливе значення, адже більшість банків у сучасних кризових умовах господарювання зіштовхуються з глобальною проблемою неповернення кредитних коштів. Тому, ми вважаємо за необхідне здійснити детальне дослідження сутності даного питання, що є в сучасних умовах надзвичайно актуальним.

Проблемі управління кредитним портфелем банку присвячено багато наукових досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних авторів: В. Базилевич, В. Геєць, О. Корольов, І. Ткаченко, О. Устинко, М. Грубера, Е. Елтона, Дж. Неймана, У. Шарпа, О. Золотарьова, Є. Рясних, Н. Демчук, М. Юрків, Ю. Серик, П. Чуб, Н. Рогожнікова, А. Пономарьов, М. Микитин, В. Пірог та інші.

Серед традиційних видів банківської діяльності надання кредитів – основна операція, що забезпечує прибутковість їх діяльності і стабільність існування фінансової системи банку. Виконуючи процедуру кредитування фізичних та юридичних осіб, банк формує свій кредитний портфель [2, 245].

Основними цілями формування кредитного портфеля є:

- високий рівень доходу в поточному періоді;
- високий темп очікуваного доходу в майбутній перспективі;
- мінімізація рівня ризиків кредитного портфелю;
- дотримання необхідної ліквідності кредитного портфелю.

До заборгованості за кредитними операціями, що становлять кредитний портфель банку, належать:

- строкові депозити, які розміщені в інших банках, та сумнівна заборгованість за ними;
- кредити, які надані іншим банкам, та сумнівна заборгованість;

– кошти, надані суб'єктами підприємницької діяльності за овердрафтом, за факторинговими операціями, та прострочена заборгованість за факторинговими операціями;

– кошти, надані суб'єктами підприємницької діяльності за операціями РЕПО [1, 147].

В сучасних умовах діяльності комерційних банків України, їх кредитна діяльність потребує вдосконалення, бо значною залишається питома вага проблемних кредитів у загальному кредитному портфелі комерційного банку [4].

Прострочена кредитна заборгованість знецінює активи комерційних банків. Перешкодами на шляху формування кредитного портфеля комерційних банків виступають неякісний моніторинг кредитів, недосконалість методів визначення кредитоспроможності позичальника та ін. Така ситуація може бути вирішеною за умови проведення якісної оцінки кредитоспроможності позичальників із застосуванням методики комплексного аналізу [3, 142].

Більшість досліджень, що стосуються стрімкого погіршення фінансового стану комерційних банків доводять, що ця ситуація в першу чергу є наслідком саме неефективної кредитної політики. Крім явних проблем в кредитній діяльності банків, таких як великий відсоток проблемних кредитів, несвоєчасна сплата процентів за кредит і тому подібне, є ще моменти, які виникають саме завдяки неякісному менеджменту кредитної діяльності, а саме – залучення необґрунтовано дорогих кредитних ресурсів як джерела залучених коштів, і, подальше їх нерентабельне розміщення, що і призводить до низки послідовних негативних факторів для цілого банку в майбутньому.

Ми пропонуємо наступні заходи по забезпеченню ефективності управління кредитним портфелем банку: розвиток кредитування фізичних осіб; посилення захищеності кредитів шляхом збільшення частки кредитного портфеля, що фінансується за рахунок власного капіталу; підвищення ступеня захищеності банку від втрат за зовнішніми факторами за рахунок гарантій, застави майна, поручительства тощо; постійний аналіз кредитного портфеля для зниження ризиків за рахунок диверсифікації кредитних вкладень. Будь-яке удосконалення потребує фінансових вкладень, отримання якого ми вбачаємо у диверсифікації кредитного потенціалу банку шляхом впровадження нових депозитних продуктів і залучення нових клієнтів. І така політика диверсифікації має бути проведена і за термінами, і за сумами, і за видами депозитних ресурсів, і навіть за різними верствами населення.

Список використаних джерел

1. Рясних Є. Г., Понамарьов А. А., Микитин М. О. Система управління кредитним портфелем у комерційному банку. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький, 2011. № 2. С. 146–150.
2. Самоловик Р. Ф., Яковенко Р. В. Аналіз стану кредитного портфеля банків в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2010. № 1. С. 243–245.
3. Крючко Л. С., Сидоренко А. В. Управління кредитним портфелем комерційного банку. *Економіка і суспільство*. 2017. №13. С. 139–142.
4. Офіційний сайт Національного банку України URL: <http://www.bank.gov.ua>. (дата звернення 07.09.2021р.).

МАРКЕТИНГОВА ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМЖНОСТІ РІТЕЙЛ-БАНКУ

Волкова А. Р.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Дронова Т. С.** к.е.н.,

доцент кафедри маркетингу

Університету митної справи та фінансів)

Функціонування ринкової економіки тісно пов'язане із створенням конкурентного середовища. В умовах жорсткої конкуренції особливого значення набуває закріплення ритейл-банком конкурентних переваг на ринку банківських послуг. Створення міцних конкурентних позицій забезпечує ритейл-банку ефективне функціонування та розвиток.

Одним із найпоширеніших інструментів оцінки позиції підприємства в конкурентній боротьбі є метод SWOT – аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз діяльності АТ КБ «Приватбанк»

	Можливості (O): <ul style="list-style-type: none">– стабілізація економічного зростання в Україні;– розширення мережі за кордоном;– збільшення частки ринку;– погіршення позицій конкурентів;– розробка нових продуктів	Загрози (T): <ul style="list-style-type: none">– зміцнення позицій діючих конкурентів та вихід на ринок нових;– криза в економіці України;– низька платоспроможність населення;– зростання інфляції
Сильні сторони (S): <ul style="list-style-type: none">– широка клієнтська база;– постійне введення інновацій;– розгалужена інфраструктура	<ul style="list-style-type: none">– розширювати клієнтську базу та інфраструктуру завдяки виходу на закордонний ринок;завдяки введенню інновацій задовольняти потреби більшої кількості споживачів, збільшуючи частку ринку	<ul style="list-style-type: none">– завдяки введенню інновацій не допустити зміцнення позицій діючих конкурентів; створення послуг у тому числі для населення із низькою платоспроможністю
Слабкі сторони (W): <ul style="list-style-type: none">– непривабливість кредитування для населення через високу вартість;– низькі відсоткові ставки за депозитами	<ul style="list-style-type: none">– завдяки розробці нових видів депозитів із новими умовами користування підвищити відсоткову ставку;– завдяки стабілізації економічного зростання знизити ставки за кредитуванням	<ul style="list-style-type: none">– позбутися непривабливості кредитування та розміщення депозитів, аби не допустити зміцнення позицій діючих конкурентів

Результати проведеного SWOT-аналізу показали наявність конкурентних переваг на ринку банківських послуг України. Він кожного року стає одним із перших серед конкурентів. Однією з важливих переваг, що виокремлює його поміж інших, є інноваційність. Приватбанк прагне зробити користування послугами більш зручними, розробляючи дистанційні інструменти обслуговування, такі як: Приват 24, Скарбничка, Мої Вклади,

Бонус Плюс та інші. Крім цього, Приватбанк має широку клієнтську базу та розгалужену інфраструктуру. Проте є і недоліки: непривабливість кредитування для населення через високу вартість, зміцнення позицій діючих конкурентів та вихід на ринок нових, низькі відсоткові ставки за депозитами. Ці недоліки є суттєвими, адже зберігати гроші на депозитах, отримуючи додатковий прибуток, та отримувати кредити для здійснення великих покупок, на які бракує коштів, це потреби споживачів банківських послуг

Для аналізу конкуренції в галузі було проведено експрес-аналіз 5 сил Портера (табл. 2).

Таблиця 2

Експерс-аналіз по Портеру АТ КБ «Приватбанк»

	Оцінка наявності	Оцінка негативного впливу	Можливість парування	Рейтинг
Існуючі конкуренти	9	7	2	14
Загроза появи нових гравців	4	7	2	9
Загроза появи товарів-замінників	3	8	2	9
Влада постачальників	3	3	5	1
Влада споживачів	9	9	3	15

Тобто найбільш значима загроза – влада споживачів. Банк залежить від наявності, кількості та поведінки своїх клієнтів. Існуючі конкуренти також становлять загрозу, бо за деякими показниками у різних рейтингах Приватбанк поступається своїм конкурентам. Інші сили мають менше значення. Поява нових гравців на ринку мала, що пов'язана з потребою у капіталі при виході на ринок, загроза появи товарів-замінників малоімовірна, адже спосіб оплачувати послуги лише видозмінюється, а не зникає. Постачальники майже не мають впливу на діяльність банку.

Для підвищення конкурентоспроможності Приватбанка та усунення його недоліків варто провести низку заходів: знизити відсоткові ставки за споживчим кредитуванням разом із посиленням оцінки кредитних ризиків та прискіпливим оцінюванням позичальників, запропонувати довгострокові вклади до 10 років із вищою прибутковістю, аніж у короткострокових вкладах. Крім того, завдяки введенню інновацій задовольняти потреби більшої кількості споживачів, збільшуючи частку ринку; не допустити зміцнення позицій діючих конкурентів; розширювати клієнтську базу та інфраструктуру завдяки виходу на закордонний ринок.

Запровадження запропонованих заходів дозволить Приватбанку підвищити рівень конкурентоспроможності. Для цього варто, в першу чергу, усунути наявні недоліки, а також посилювати власні переваги та слідкувати за конкурентами, розширювати асортимент послуг та клієнтську базу.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Приватбанку. URL: <https://privatbank.ua/ru>

FUNCTIONS OF MONEY, THEIR ROLE IN MANAGEMENT. BANKING SYSTEMS IN TIMES OF CRISIS

Kryvanych Y. S.,

student of the University of customs and finances

(supervisor – **Kovalova O. K.**, Ph. D.,

Assistant Professor of Foreign Philology,

Translation and Professional Language Training Department,

University of Customs and Finance)

Money is one of the most important components of the economic system and a significant achievement of society. They are a necessary condition for the functioning of the economy and money is an important factor in process of making management decisions, because the right approach to the monetary system is the key to making a profit and developing economic activity.

The history of this economic category begins with commodity money. The real revolution in the creation of money occurred when people began to use precious metals – tin, copper, gold, silver. The retardation in the extraction of precious metals from the growing demands for means of circulation and the high cost of metal circulation led to the emergence of paper money. Together with cash paper money and coins, credit (bank) money began to be widely used. In general, money is also a carrier of the history of industrial relations of mankind, which is constantly evolving.

The most discussed and studied question in the theory of money is about functions of money. Monetary theory identifies the following functions of money: measure of value; means of circulation; means of payment; means of accumulation; world money.

Money as a measure of value is a function by which money expresses and measures the value of goods, forming their price. The value of goods or services is measured by the number of currencies they can be exchanged for, namely the price.

The function of money as a means of circulation is performed by money instantly, and involves their use as intermediaries in the exchange of goods between producer and consumer, ensuring the circulation of goods. Other functions of money derive from the function of the measure of value and the means of circulation, which means that all the functions performed by money are closely interrelated.

Defining the function of money as a means of payment means using it to repay monetary obligations between the subjects of economic relations. This function is closely related to the previous one: when it comes to money turnover, it often refers to the functioning of money as a means of circulation and as a means of payment.

Means of accumulation. Signs of this function are the ability of money to be a means of preserving value, based on the sphere of circulation, the embodiment of the social form of wealth. For example, if a producer who has sold his goods for a long time does not buy another, then the money withdrawn from circulation, perform the function of savings, accumulation.

The function of world money is observed in international trade - money serves the movement of value in international economic turnover and ensures the implementation of relations between countries.

In the theory and practice of management, there are a huge number of concepts that involve management decisions. Many companies are characterized by a focus on financial performance as a criterion for achieving strategic and operational goals.

Unstable market conditions, uncertainty of the external environment, internal contradictions that exist in the economic system, lead to the fact that companies lose a stable market position and reduce profitability. The result is that it is impossible to obtain the expected level of income. A significant role here should be given to the financial management of the enterprise and the choice of a system of criteria on the basis of which this management will be carried out.

The banking system is the most important area of the national economy of any developed country. The experience of foreign countries and Ukraine shows that any crisis is the cause of a complex process of adaptation of banking systems to new macroeconomic conditions, and the degree of influence depends on many factors. The decline in production, the deterioration of the solvency of borrowing enterprises – the traditional causes of banking crises.

Currently, one of the most pressing problems around the world is the outbreak of the COVID-19 pandemic. It is clear that this situation is affecting the economic condition of countries, including the financial sector. The spread of the virus has led to the introduction of quarantine in other countries, forcing people to change some of their habits regarding the use of cash. In order to protect themselves from contracting the virus, people began to prefer non-cash payments.

The US Federal Reserve has begun to change the way the US dollar is handled. In general, bank income was characterized by an increase in reserves in large investment banks, which is an indication that banks expect possible losses. In this situation, the vast majority of countries' funds are aimed at combating the epidemic.

To sum up, money is an important economic category for countries and the leadership does everything possible to prevent negative phenomena during and after the crisis. Also, money is an element that can support the well-being and health of the population, so the leaders of the countries are ready to allocate the necessary amount of funds to achieve this goal.

References

1. Dmitrenko V. V., Videiko M. Y. History of money / V. V. Dmitrenko, M. Y. Videyko. 2019. 114 p.
2. Govorushko T. A., Sytnyk I. P. Functions and role of money in modern economy / T. A. Govorushko, I. P. Sytnyk // Formation of market relations in Ukraine. 2012. № 9. P. 7–11.
3. The need and essence of money [Electronic resource] / Access mode: <http://www.dgma.donetsk.ua/metod/fik/mc/fin039.pdf>

4. Functions of money and their evolution [Electronic resource] / Access mode: https://pidruchniki.com/12281128/finansii/funktsiyi_groshey_evolyutsiya

5. Oosterveld B. The pandemic's next stop: The financial system [Електронний ресурс] / Access mode: The pandemic's next stop: The financial system – Atlantic Council: The financial system – Atlantic Council

6. Zanuda A. Coronavirus and economics [Electronic resource] / Access mode: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51944639>

СИСТЕМА ІНДИКАТОРІВ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРА

Моголівець А. А.,

к.е.н., доцент кафедри економіки будівництва
Київського національного університету
будівництва і архітектури

Локтіонова Я. Ф.,

к.е.н., доцент кафедри економіки будівництва
Київського національного університету
будівництва і архітектури

Після посилення впливу економічних циклів на розвиток більшості країн світу, підвищення інтенсивності та глибини фінансових криз, у багатьох країнах розпочалась робота із створення систем оцінки стійкості фінансових систем. Так, відповідно до [1] у світі: «...проводиться моніторинг стійкості фінансової системи у центральних банках Франції (Financial Stability Review), Швеції (The Financial Stability Report), Норвегії (The Norges Bank report on financial stability), Фінляндії (The Bank of Finland's financial stability analysis), Іспанії (The Banco de Espana's Estabilidad Financiera), Великобританії (The Bank of England Financial Stability Report)». При цьому враховуються показники стійкості фінансового та банківського сектора, розвиток та ризику окремих ринків, вплив макроекономічних факторів та зв'язки між ними.

Фінансова стійкість будівництва є складовою використовуваної Міжнародним Валютним Фондом та національними банками багатьох країн, у тому числі і Національним банком України, системи оцінки стійкості фінансових систем країн. При чому склад та рівень деталізації розрахунків показників фінансової стійкості відрізняється для різних країн на рівні інституцій, ринків та взаємозв'язків між ними. Але зазвичай основою розрахунків фінансової стійкості окремих секторів економіки виступають дані балансу та звіту про фінансові результати.

Слід зазначити, що на даний час в Україні на досить високому рівні розвинута система моніторингу та державного регулювання фінансової стійкості банківського сектору, при тому що для реального сектору економіки відсутня єдина сформована система індикаторів фінансової стійкості у відповідності до міжнародної методології.

Використовуючи рекомендації Міжнародного Валютного Фонду [2] та досвід інших країн [3–4], для визначення впливу економічної циклічності на фінансову стійкість будівництва обрано такі коефіцієнти:

- $K_{авт}$ – автономії (фінансової незалежності);
- $K_{кпк}$ – співвідношення залучених і власних коштів;
- $K_{пл}$ – поточної ліквідності (покриття);
- $K_{дфн}$ – довгострокової фінансової незалежності;
- $K_{дз}$ – довгострокового залучення позикового капіталу;
- K_p – фінансового ризику;
- K_m – мобільності;
- $K_{спк}$ – структури позикового капіталу.

Коефіцієнти обрано серед безлічі запропонованих в літературних джерелах [5–8] індикаторів за декількома параметрами. По-перше – показники повинні базуватись на офіційних даних Державної служби статистики, по-друге – швидкість і легкість обчислення, по-третє – однозначність, відсутність двояких трактувань, по-четверте – дані повинні оновлюватись достатньо часто для виявлення дії циклів не «пост-фактум», а хоча б без значного запізнення.

Список використаних джерел

1. Організаційно-методичні підходи до запровадження в НБУ системи оцінки стійкості фінансової системи: Інформаційно-аналітичні матеріали / За редакцією д.е.н., проф. В. І. Міщенко, к.е.н., доц. О. І. Кіреєва і к.е.н. М. М. Шаповалової. Київ : Центр наукових досліджень НБУ, 2015. 97 с.
2. Financial Stability Review – 2018 International Monetary Fund/URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/GFSR/Issues/2018/04/02/Global-Financial-Stability-Report-April-2018>
3. Financial Stability Review – 2108 the Banque de France / URL: <https://publications.banque-france.fr/en/liste-chronologique/financial-stability-review>
4. Financial Stability Review 2018 . The Central Bank of Ireland / URL: <https://www.centralbank.ie/publication/financial-stability-review>
5. Беленкова О. Ю., Сердюченко Н. Б., Антропов Ю. В. Оцінка фінансової стійкості малих будівельних підприємств України в 2000–2008 роках. Економіка та держава. 2011. № 1. С. 56–60.
6. Беленкова О. Ю. Стратегія та механізми забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств на основі моделі сталого розвитку: монографія. Київ: Ліра-К, 2020. 512 с.
7. Економетричний інструментарій управління фінансовою безпекою підприємств будівництва: [моногр.] За наук. ред. д.е.н., проф. Л. В. Сорокіної, к.е.н., проф. А. Ф. Гойко. К. : Київський національний університет будівництва і архітектури, 2017. 425 с.
8. Стеценко, С. П. Теоретичні аспекти дослідження економічної безпеки регіону на основі соціально-економічного моніторингу. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 23. С. 121–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_23_28

МІЖНАРОДНИЙ ПОДІЛ ПРАЦІ ЯК ХАРАКТЕРНА ОЗНАКА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Коробська А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Баранник Л. Б.**, д.е.н., професор,
професор кафедри соціального забезпечення
та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

Міжнародні економічні відносини (далі – МЕВ) – це відносно стійка структура виникнення господарських відносин у системі купівлі-продажу, обміну-споживання та виробництва країнами товарів, послуг, ідей та технологій, зорієнтованих на міжнародний поділ праці (далі – МПП), характерною ознакою яких є обмеженість ресурсів, але необмежений попит людських потреб.

МПП – це раціональний розподіл виробництва, праці та резервних запасів між певними країнами, виходячи з їх конкурентоспроможності та наявності ресурсів. Отже, виходить, що МПП є основною ознакою МЕВ, адже економічні відносини між країнами як існували, так і існуватимуть завжди, прикладом чого є таке поняття як автаркія – закритість країни, на основі використання та розвитку шляхом використання власних сил та ресурсів. Саме автаркія і доводить, що жодна країна світу, маючи найбільшу кількість ресурсів чи можливостей, не зможе стати повністю незалежною від інших, так як це за певний час призведе до її краху абсолютно в усіх сферах діяльності та розвитку.

Розвиток МПП залежить не лише від ресурсного та технологічного забезпечення, але й, у першу чергу, від людських ресурсів, висока кваліфікація яких призведе до більш ефективної та взаємовигідної співпраці на теренах МЕВ.

Наразі, найхарактернішою ознакою МПП є орієнтація спеціалізації не на кінцевий продукт, а на напівфабрикати, тобто виготовлення чи створення деталей, вузлів чи комплектуючих виробів. Наприклад, вузли та деталі для літаків серії «Боїнг» нині виробляються у понад 30 країнах світу [1, с. 101]. Гадаємо, що саме систематизація за принципом «з миру по нитці...» і створює реально сприятливе середовище для повноцінного розвитку країн у сфері МПП.

Проаналізувавши статистику по світу, можна оцінити переваги тих чи інших високорозвинених країн, наприклад, у промисловому виробництві. Так, у структурі виробництва США на машини та транспортне обладнання приходить 29 %, Великобританії – 34 %, Німеччини – 44 %, Франції – 26 %, Японії – 40 %. Найбільша питома вага машин та устаткування у структурі виробництва Сінгапуру – 50 %. На експорті палива спеціалізуються такі країни як Азербайджан, Бруней, Колумбія, Ірак, Казахстан, Кувейт, Нігерія, Оман, Катар, Російська Федерація, ОАЕ. На експорті руди та металів найбільше спеціалізуються Замбія – 77 % у структурі експорту, Перу – 54 %, Чилі – 53,5 %, Мавританія – 49 %, Монголія – 43 %, Ісландія – 41 % [1, с. 100]. Виходячи з

вищезазначеного, можна сказати, що кожна країна у свій час змогла об'єктивно проаналізувати своє ресурсне забезпечення та адаптивно зорієнтуватися під зміни зовнішньоекономічного стану МПП.

Що ж до України, то, на жаль, вона не змогла скористатися шансом входження до системи глобального поділу праці (далі – ГПП), причиною чого стали такі фактори як: корупція з боку кримінально-олігархічних кланів, жорстка «прихвати́зація», безвідповідальне нехтування значними ресурсами, безкарність у розкраданні загальнодержавного майна та багато того, що деякі виправдовують менталітетом, але те, що насправді є людським нахабством. Варто зазначити, що визначальною передумовою втрати Україною конкурентоспроможності на рівні національних факторів стала відсутність необхідного системного та цільового державного регулювання процесом входження України до системи ГПП. Всупереч тому, що Україна постійно знаходиться у процесі реформування, саме це призвело до відсутності економічної стратегії розвитку, внаслідок чого вона втратила як зовнішні, так і внутрішні фактори цивілізаційного розвитку. Проте, Україна – це країна, котра настільки потенційно амбітна, що з легкістю змогла б підпорядкувати собі інтеграційні процеси, пріоритетно зорієнтувавши свою діяльність на такі сфери як: розвиток агропромисловості, аерокосмічної галузі та авіабудування, налагодження оборонно-промислового комплексу, розвиток національної біотехнологічної промисловості, розвиток транспорту й туризму тощо. В українському експорті домінує сировина, напівфабрикати та продукція нижчих технологічних укладів (рудна сировина, хімія, чорні метали, ліс), на що припадає понад 2/3 експорту. В імпорті домінує готова продукція вищих технологічних укладів (пластики, машинобудування, фармацевтії тощо), частка якої в загальній структурі імпорту сягає близько 2/3. Тобто Україна в сучасному світовому розподілі праці продовжує перетворюватися на поставальника сировини та покупця високотехнологічних товарів [3, с. 60].

Отже, МПП – це комплекс відносин, заснований на взаємовигідному співробітництві між країнами та їх економічними агентами, з метою досягнення соціально-економічної цілі. МЕВ регламентує ці відносини, встановлюючи рамки здорової конкурентоспроможності країн. Розглядаючи МПП як ознаку розвитку країни, можна сказати, що з його допомогою кожна країна може самовиражатися та розвиватися, допомагаючи іншим. Проте в першу чергу слід розуміти, що це шлях до самовдосконалення та вибору пріоритетних напрямів розвитку для власної країни.

Список використаних джерел

1. Романащенко М. О. Романащенко І. О. Сучасний розвиток міжнародного поділу праці. Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ. 2020. № 1. С. 98–102.
2. Антофій Н. М. Особливості участі України в міжнародному поділі праці / Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2012. № 3 (29). С. 79–83.
3. Павлюк В. І., Васільцова Н. М. Україна в системі сучасного глобального поділу праці: вперед у минуле чи назад у майбутнє? Економіка та управління на транспорті. 2018. № 7. С. 57–65.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПАТ «МИКОЛАЇВСЬКА АГРАРНА КОМПАНІЯ»

Шевченко Ю. О.,

студент Миколаївського національного університету
імені В. О.Сухомлинського
(науковий керівник – **Корнєва Н. О.,** к.е.н,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївського національного університету
імені В. О.Сухомлинського

Пошук раціональної структури джерел формування оборотного капіталу підприємств є одним із найважливіших завдань управління оборотним капіталом підприємства. В умовах ринкової економіки джерела формування оборотного капіталу оптимізуються, що в кінцевому результаті підвищує ринкову вартість підприємства та свідчить про ефективне функціонування управління оборотним капіталом [1, с. 239].

Методики, прийняті в світовій практиці щодо оптимізації джерел формування оборотного капіталу підприємства, можуть бути повною мірою реалізовані лише за наявності розвинутого ринку цінних паперів [2, с. 241].

В Україні питома вага акціонерних товариств, які реалізують власні цінні папери на фондовому ринку, поки що незначна, проте налагодження самого механізму оптимізації джерел формування оборотного капіталу в умовах їхнього дефіциту, на сьогодні, є важливим завданням управління джерелами формування оборотного капіталу на підприємстві [18, с. 177; 35, с. 69].

Оптимізація структури оборотного капіталу є однією із найбільш важливих і складних завдань, що вирішуються в процесі фінансового управління підприємством.

Оптимальна структура капіталу представляє собою таке співвідношення використання власного і залученого капіталу, при якому забезпечується найбільш оптимальне співвідношення між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, при якому максимізується ринкова вартість підприємства.

На основі таблиці, яку наводить І. О. Бланк [3, с. 272] для пошуку оптимальної структури капіталу за критерієм мінімізації його вартості, побудуємо наступну розрахункову таблицю в якій, проведемо розрахунок оптимальної структури джерел формування оборотного капіталу за критерієм мінімізації їх вартості для ПАТ «Миколаївська аграрна компанія».

**Середньозважена вартість оборотного капіталу
за різної його структури для ПАТ «Миколаївська аграрна компанія»**

(розраховано автором на основі фінансової звітності [4])

№ Показники		Варіанти розрахунку						З
		А	Б	В	Г	Д	Ж	
1	Загальна потреба в оборотному капіталі, %.	100	100	100	100	100	100	100
2	Варіанти структури оборотного капіталу, %							
	а) власний оборотний капітал	20	30	40	50	60	70	80
	б) залучений оборотний капітал (короткостроковий кредит)	80	70	60	50	40	30	20
3	Прогнозний рівень дивідендних виплат, %	2,1	2,1	2,25	2,25	2,5	2,5	2,75
4	Ставка відсотку за короткостроковий кредит з врахуванням премії за ризик, %	25	25	25	25	25	25	25
5	Ставка податку на прибуток, десятковим дробом	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
6	Податковий коректор (1 - ряд. 5)	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82
7	Рівень ставки відсотку за кредит з врахуванням податкового коректора, (ряд.4 * ряд. 6)	20,5	20,5	20,5	20,5	20,5	20,5	20,5
8	Вартість складових частин оборотного капіталу, %							
	а) власної частини оборотного капіталу (ряд.2а * ряд. 3 / 100)	0,42	0,63	0,9	1,125	1,5	1,75	,2
	б) залученої частини оборотного капіталу (ряд.2б * ряд. 7 / 100)	16,4	4,35	12,3	10,25	8,2	6,15	4,1
9	Середньозважена вартість капіталу, % (ряд. 8а + ряд. 8б)	16,82	4,98	13,2	11,38	9,7	7,9	6,3

Як видно з наведених у таблиці показників, значення середньозваженої вартості капіталу зменшується пропорційно до зменшення питомої ваги короткострокового кредиту, що свідчить про велику вартість залучення позикових коштів у вигляді кредиту. Використання ж великої суми короткострокового кредиту може призвести до значних витрат на покриття відсотків за ним, що в свою чергу призведе до зменшення чистого прибутку, рентабельності та платоспроможності організації. Мінімальне значення середньозваженої вартості капіталу досягається у варіанті при співвідно-

шенні власного і залученого оборотного капіталу ПАТ «Миколаївська аграрна компанія» в пропорції 80 % : 20 % (рис.).

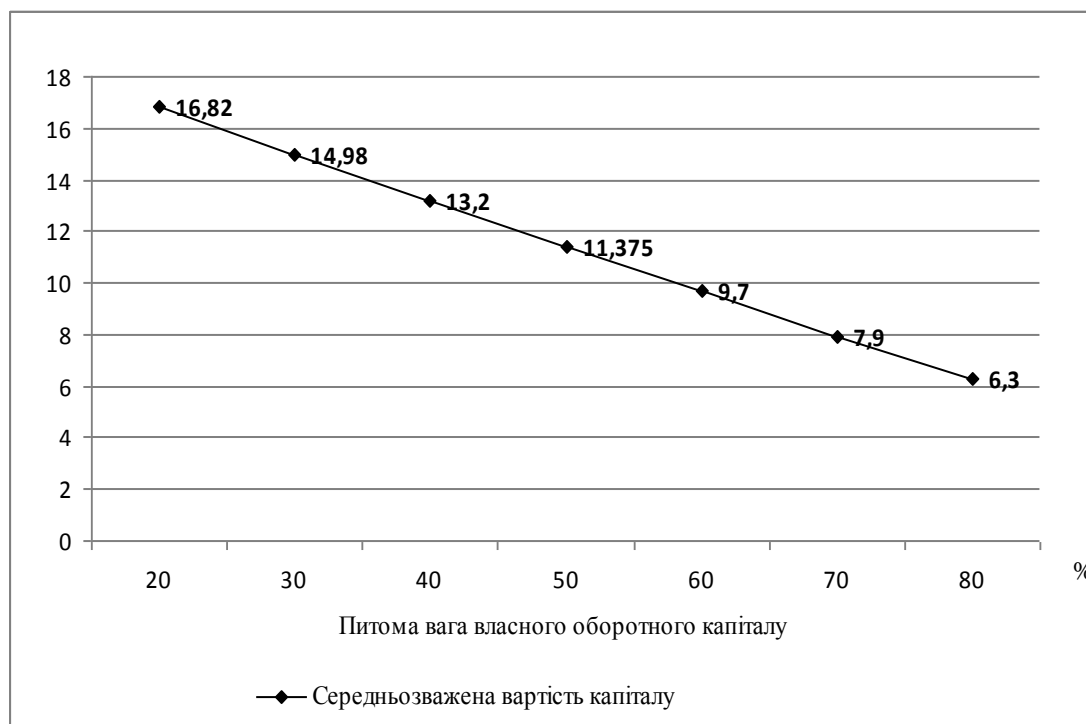


Рис. 1. Середньозважена вартість оборотного капіталу ПАТ «Миколаївська аграрна компанія» при різній його структурі [розраховано автором на основі фінансової звітності [4].

Така структура оборотного капіталу ПАТ «Миколаївська аграрна компанія» дозволяє максимізувати його реальну ринкову вартість, при умові що інші фактори залишаються сталими.

Список використаних джерел

1. Ізмайлова Н. В. Ефективність використання оборотного капіталу гірничодобувних підприємств Криворізького залізрудного басейну / Н. В. Ізмайлова, М. А. Бурніс // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2015. – Т. 20. – С. 238–244.
2. Крачук Я. О. Стратегії управління оборотними активами в ТНК / Я. О. Крачук // Економічний простір. – 2013 – № 76. – С. 230–242.
3. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – Київ : Ника-Центр : Эльга, 2008. – 508 с. – (Библиотека финансового менеджера).
4. Бізнес: опис (Публічне акціонерне товариство «Миколаївська аграрна компанія») [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nomis.com.ua/33367811-pruvatne-aktsionerne-tovarystvo-mykolaiivska-agrarna-kompaniia>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 17.09.2021.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Бойко О. І.,

студент Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського

(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів

Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського)

Результативність діяльності господарюючого суб'єкта залежать багато в чому від того, наскільки ефективно використовується його капітал. Дотримуючись оптимального співвідношення власного та позикового капіталу, можна досягнути необхідного рівня фінансової незалежності, рентабельності капіталу, а також підвищити ринкову вартість суб'єкта господарювання [1, с. 375].

В умовах ринкового середовища постає необхідність визначення оптимальної структури капіталу, яка забезпечить підприємству ефективність діяльності та фінансову стабільність і стійкість до змін у зовнішньому середовищі.

Оптимізація структури капіталу господарюючого суб'єкта виступає одним із найбільш вагомих та складних завдань, які вирішуються в рамках фінансового менеджменту. Аналіз наукової літератури дає змогу визначити поняття «оптимізація структури капіталу» як певне співвідношення власного та позикового капіталу, за якого підприємство максимізує прибуток рентабельність. Оптимальна структура капіталу підприємства повинна відповідати головним цілям і завданням щодо фінансування підприємства та забезпечити його сталий розвиток, а також формувати умови, за яких підприємство отримуватиме максимальний прибуток при найменших витратах на його формування.

У світовій практиці визначають наступні основні напрями оптимізації структури капіталу суб'єкта господарювання [2, с. 444].

1. Метод оптимізації структури капіталу згідно критерію максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Даний метод базується на багатоваріантних обчисленнях величини фінансової рентабельності за різної структури капіталу. Остання відображається за допомогою показника фінансового важеля (левериджу).

2. Метод оптимізації структури капіталу господарюючого суб'єкта за критерієм мінімізації вартості. Даний метод ґрунтується на попередньому аналізі власного та позикового капіталу за різних умов їхнього формування, обслуговування та проведення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, таким чином, пошуку оптимальної реальної ринкової вартості суб'єкта господарювання.

3. Метод оптимізації структури капіталу за допомогою критерію фінансових ризиків. Даний метод є пов'язаним з механізмом диференційованого ви-

бору джерел фінансування різних елементів активів господарюючого суб'єкта: необоротні активи, оборотні активи (із їхнім поділом на постійну та змінну частину).

Формування оптимальної структури капіталу по критерію мінімізації його вартості теж може обумовити втрату підприємством своєї фінансової стійкості. Оскільки, найчастіше, вартість капіталу суб'єкта господарювання є вищою, аніж позикового, і зазвичай, політику формування фінансових ресурсів акцентують переважно на використанні залучених засобів [3, с. 115].

Отже, вищезазначені способи дають змогу виявити різноманітні фактори, що впливають на оптимальну структуру капіталу підприємства. Такі розрахунки корисно розробляти фінансовим менеджерам з метою оптимізації структури капіталу для подальшого фінансування діяльності підприємства, оцінки ефективності інших варіантів структури капіталу та перспектив їх запровадження.

Відповідно до проведеного дослідження можемо зробити обґрунтований висновок про те, що співвідношення власного та позикового капіталу при формуванні оптимальної його структури є досить неоднозначним питанням за своїм вирішенням. Встановлення оптимального співвідношення між власним та позичковим капіталом, формування інструментарію визначення такого співвідношення, своєчасне та ефективно реагування на зміну зовнішніх факторів є необхідною умовою ефективного функціонування підприємства, забезпечення стабільних фінансово-економічних показників його діяльності.

В сучасних умовах, коли підприємства втрачають свої позиції на ринку під час пандемії COVID – 19, їх фінансове забезпечення зазвичай вимагає залучення саме запозичених ресурсів, які звичайно, у відповідь на зростаючий на них попит дорожчають. Підприємство, що використовує лише власний капітал, має найвищий рівень фінансової стійкості, але така політика обмежує темпи розвитку підприємства, а також не використовує фінансові можливості приросту прибутку на вкладений капітал. Але підприємства, особливо малі та середні за розміром, все одно їх мають отримати, щоб підтримувати власне існування на ринку, і, – така ситуація призводить до розбалансування та фінансової нестабільності суб'єктів господарювання. Таким чином, позичковий капітал привабливий своєю відносною дешевизною, але його залучення обмежене зростанням ризику власників власного капіталу, і, лише, правильно обрана стратегія фінансового менеджменту є рятівною в таких умовах.

Список використаних джерел

1. Корбутяк А. Г., Одайська Н. М. Оптимізація структури капіталу підприємства. Економіка і суспільство. 2018. № 16. С. 375–381.
2. Дрига С. Г., Міщенко І. Д. Диспропорції в структурі капіталу підприємства та їх вплив на фінансові показники роботи підприємства. Молодий вчений. 2017. № 8 (48). С. 441–445.
3. Варченко О. М., Артимонова І. В., Холоденко Н. І. Оптимізація структури капіталу як інструмент управління вартістю молокопереробних підприємств. Економіка та управління АПК. 2021. № 1. С. 111–124.

ДИНАМІКА ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ

Сисоєнко І. А.,

доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
Херсонського національного технічного університету

Гарбар М. Ф.,

студентка Херсонського національного технічного університету

За визначенням Національного банку України, платіжний баланс являє собою співвідношення між сумою грошових надходжень, отриманих державою з-за кордону, та сумою здійснених нею платежів за кордон протягом певного періоду [1]. Динаміку платіжного балансу України наведемо у таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка платіжного балансу України [1]

Статті платіжного балансу	Роки, млрд дол. США			Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019
А. Рахунок поточних операцій	- 6432	- 4124	5267	- 35,88	- 227,72
Баланс товарів та послуг	- 11 378	- 12 511	- 2378	9,96	- 80,99
Баланс товарів	- 12 714	- 14 261	- 6778	12,17	- 52,47
Експорт товарів	43 341	46 091	45 143	6,35	- 2,06
Імпорт товарів	56 055	60 352	51 921	7,67	- 13,97
Баланс послуг	1336	1750	4400	30,99	151,43
Експорт послуг	15 836	17 465	15 564	10,29	- 10,88
Імпорт послуг	14 500	15 715	11 164	8,38	- 28,96
Баланс первинних доходів	1294	1924	3549	48,69	84,46
Надходження	11 875	13 295	12 178	11,96	- 8,40
Виплати	10 581	11 371	8629	7,47	- 24,11
Оплата праці (баланс)	11 478	12 754	11 717	11,12	- 8,13
Надходження	11 494	12 774	11 738	11,14	- 8,11
Виплати	16	20	21	25,00	5,00
Доходи від інвестицій	- 10 184	- 10 830	- 8168	6,34	- 24,58
Надходження	381	521	440	36,75	- 15,55
Виплати	10 565	11 351	8608	7,44	- 24,17
у т.ч. реінвестовані доходи	2597	3250	- 488	25,14	- 115,02
Баланс вторинних доходів	3652	6463	4096	76,97	- 36,62
Надходження	4947	7881	5674	59,31	- 28,00
Виплати	1295	1418	1578	9,50	11,28
В. Рахунок операцій з капіталом	37	38	- 3	2,70	- 107,89
С. Фінансовий рахунок	- 9272	- 10 066	3274	8,56	- 132,53
Прямі інвестиції	- 4460	- 5212	117	16,86	- 102,24
Портфельні інвестиції	- 2080	- 5134	829	146,83	- 116,15
Інші інвестиції	- 1061	1474	2750	- 238,93	86,57
Д. Зведений баланс	2877	5980	1990	107,86	- 66,72

Отже, експорт товарів зменшився на 2,06 % (у 2019 році зріс на 6,35 %). Основним чинником скорочення стало зменшення експорту чорних та кольорових металів, а збільшення експорту відбулось за мінеральними продуктами, продукцією хімічної промисловості, продовольчими товарами та промисловими товарами.

Імпорт товарів зменшився на 13,97 % (у 2019 році зріс на 7,67 %). Енергетичний імпорт скоротився в 1,6 рази, тоді як обсяги неенергетичного імпорту зменшилися на 8,0 % (в основному за рахунок скорочення імпорту продукції машинобудування). Також зменшення імпорту відбулось на ринку чорних та кольорових металів, продукції хімічної промисловості та промислових виробів. Водночас збільшився імпорт продовольчих товарів і деревини та виробів з неї.

Профіцит торгівлі послугами зріс до 4,4 млрд. дол. США (у 2019 р. – 1,8 млрд дол. США) за рахунок вищих темпів скорочення імпорту послуг (у 1,4 раза), ніж їх експорту (на 10,9 %) через пандемію COVID-19. Основним чинником зниження імпорту послуг стало скорочення витрат осіб, які подорожують за кордон, і короткострокових мігрантів (у 1,8 раза). Зменшився також імпорт транспортних послуг (у 1,3 раза) та інших ділових послуг (на 17,4 %). Експорт послуг знизився переважно за рахунок витрат осіб, які подорожують Україною (у 4,6 раза), транспортних послуг (на 18,6 %) і експорту послуг із переробки матеріальних ресурсів, що належать іншим сторонам (на 17,4 %). Водночас експорт комп'ютерних послуг продовжував зростати – на 20,4 % (у 2019 році – у 1,3 раза).

Профіцит балансу первинних доходів збільшився до 3,5 млрд. дол. США (у 2019 році – 1,9 млрд. дол. США) за рахунок скорочення виплат за доходами від інвестицій (у 1,3 раза). Від'ємне сальдо за доходами від прямих інвестицій скоротилося з 6,6 млрд. дол. США до 3,6 млрд. дол. США. Виплати дивідендів зросли на 22,7 % та перевищили обсяг чистого прибутку підприємств з прямими інвестиціями, що зумовило формування від'ємних реінвестованих доходів на рівні 0,5 млрд. дол. США (у 2019 році реінвестовані доходи становили 3,3 млрд. дол. США). Надходження за статтею «оплата праці» зменшилися на 8,1%.

Дефіцит рахунку операцій з капіталом становив 3 млн. дол. США (2019 році профіцит становив 38 млн. дол. США). Чисте кредитування зовнішнього світу у 2020 році (сумарне сальдо поточного рахунку та рахунку операцій із капіталом) становило 5,3 млрд. дол. США (за 2019 рік чисте запозичення становило 4,1 млрд. дол. США).

Відплив капіталу за фінансовим рахунком (чисте кредитування) становив 3,3 млрд. дол. США (порівняно з чистим припливом у 10,1 млрд. дол. США у 2019 році) та зумовлювався операціями приватного сектору. Чистий приплив коштів за операціями державного сектору становив 884 млн дол. США (у 2019 році – 5,2 млрд. дол. США) [1].

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>. (дата звернення: 09.10.2021).

ОПОДАТКУВАННЯ СПАДЩИНИ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Божко С. С.,

студент Волинського національного
університету імені Лесі Українки
(науковий керівник – **Матвійчук Н. М.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри фінансів
Волинського національного
університету імені Лесі Українки

Податок на спадщину вважають важливим і показовим інструментом забезпечення справедливості в оподаткуванні. Цей податок вирішує проблему нерівності стартових можливостей у житті, стосується матеріальних інтересів спадкоємців відразу в декількох поколіннях, їх фінансових відносин з державою.

Податок на спадщину в світових податкових системах функціонує або у вигляді окремого податку, або є складовою податку на доходи фізичних осіб (в тому числі в Україні). Питання оподаткування спадщини в Україні регламентовано Податковим кодексом, а об'єкти спадщини платника податку поділяються з метою оподаткування на 1) об'єкт нерухомості; 2) об'єкт рухомого майна (предмет антикваріату, витвір мистецтва, природне дорогоцінне каміння, дорогоцінний метал, будь-який транспортний засіб); 3) об'єкт комерційної власності, а саме: цінні папери, власність на об'єкт бізнесу, інтелектуальна (промислова) власність або право на отримання доходу від неї, майнові та немайнові права; 4) сума страхового відшкодування (страхових виплат) за страховими договорами, а також сума, що зберігається відповідно на індивідуальному пенсійному рахунку спадкодавця; 5) готівка або кошти, що зберігаються на рахунках спадкодавця [1].

Платником такого податку є спадкоємець, а ставка податку залежить від ступеня споріднення спадкоємця і спадкодавця та від їх резидентності. При цьому не має значення, де територіально знаходиться майно, яке передається у спадок.

Дохід, отриманий фізичною особою у вигляді спадку, оподатковується податком на доходи фізичних осіб та військовим збором за ставкою 1,5 %. Об'єкти спадщини, що успадковуються членами сім'ї спадкодавця першого та другого ступенів споріднення, оподатковуються за нульовою ставкою податку на доходи фізичних осіб. Вартість будь-якого об'єкта спадщини, що успадковується спадкоємцями, які не є членами сім'ї спадкодавця першого та другого ступенів споріднення, оподатковується за ставкою ПДФО 5 %. Об'єкти спадщини, що успадковуються спадкоємцем від спадкодавця – нерезидента, та об'єкти спадщини, що успадковуються спадкоємцем – нерезидентом від спадкодавця – резидента, оподатковуються ПДФО за ставкою 18 % [1].

Розглянемо детальніше світовий досвід оподаткування спадщини на прикладі таких країн як Франція, Німеччина, Великобританія.

Відповідно до податкового законодавства Франції податок на спадщину, в першу чергу, залежить від резиденства померлого та, меншою мірою, бенефіціара. Якщо померлий постійно проживав у Франції, усі активи перебувають у межах французького податку на спадщину. При оподаткуванні існує три категорії спадкоємців: батьки і діти, брати і сестри, інші спадкоємці. Спадок оподатковується за прогресивними ставками від 5 до 45 % для першої групи, від 35 до 45 % – для другої групи, 55 або 60 % – для інших спадкоємців. Подружжя та цивільні партнери звільняються від податку на спадщину [4].

Ставки податку на спадщину в Німеччині є єдиними у всій країні. Вони поширюються на заощадження, майно та інші цінні активи. Оподаткування залежить від стосунків спадкоємця з померлим. Ставка податку на спадщину становить від 7 до 50 % залежно від категорії відносин та вартості успадкованого майна. База оподаткування в Німеччині зменшується на суму боргів померлого, витрат на поховання та адміністративних витрат. Спадкоємці, які успадковують понад 26 000 000 євро, можуть подати заявку на зменшення податку, якщо доведуть, що не можуть сплатити податок із наявних активів [3].

У Великобританії податок на спадщину не сплачується, якщо вартість успадкованого майна не перевищує 325 тис фунтів стерлінгів або спадкодавець залишає майно подружжю, цивільному партнеру, благодійній організації або громадському аматорському спортивному клубу. Якщо спадкодавець залишає майно своїм дітям або онукам, неоподатковуваний мінімум може зрости до 500 тис. фунтів стерлінгів. Якщо спадкодавець одружений або перебуває в цивільному шлюбі, а його майно коштує менше, ніж зазначений мінімум, тоді цю різницю можна додати до мінімуму його партнера, коли він помре. Стандартна ставка податку на спадщину становить 40 % до частини майна, яка перевищує неоподатковуваний мінімум [2].

Отже, порівняно із розглянутими країнами, правовий механізм оподаткування спадщини в Україні є досить демократичним, а ставки податку – невисокі. Як і в даних країнах, шкала оподаткування залежить від ступеня спорідненості спадкоємця та спадкодавця. У багатьох країнах оподатковувана податком на спадщину база зменшується на визначений національним законодавством неоподатковуваний мінімум. Також оподатковувана база може зменшуватися на певні види видатків спадкоємців і боргів спадкодавця.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20210328> (дата звернення: 14.04.2021).

2. Inheritance Tax: веб-сайт. URL: <https://www.gov.uk/inheritance-tax> (дата звернення: 08.04.2021).

3. Inheritance tax and estate taxes in Germany: веб-сайт. URL: <https://www.expatica.com/de/finance/taxes/inheritance-tax-in-germany-108115/> (дата звернення: 08.04.2021).

4. French inheritance law : Order of heirs and scale of inheritance rights in France: веб-сайт. URL: <https://www.notaires.fr/en/donation-succession/succession/order-succession-and-inheritance-tax> (дата звернення: 14.04.2021).

РАХУНКИ ЕСКРОУ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В БАНКАХ УКРАЇНИ

Матвійчук Н. М., к. е. н., доц., доцент кафедри фінансів
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Демчук І. В., студентка Волинського національного університету
імені Лесі Українки

Корнієнко В. О., студентка, Волинського національного університету
імені Лесі Українки

Одним із інноваційних інструментів мінімізації ризиків за угодами при переході права власності на товар чи послугу на українському ринку фінансових послуг є ескроу-рахунки. Ескроу-рахунок чи умовний рахунок зберігання – це рахунок, на який банк зобов’язується приймати й зараховувати кошти, отримані від клієнта, та перераховувати ці кошти отримувачам, або повернути їх клієнту за умови настання підстав, передбачених договором. Тобто ескроу – рахунок, де кошти зберігаються до виконання всіх зобов’язань за договором обома сторонами.

В міжнародній практиці рахунки ескроу широко використовуються під час відшкодування збитків, при об’єднаннях та поглинаннях, купівлі й продажу нерухомого майна, франчайзингу, закритому розміщенні цінних паперів, колективних позовах та судових процесах. Так, у США рахунок ескроу застосовується сторонами щодо нерухомості. Ескроу-рахунки в Російській Федерації – це нова система фінансування будівництва житлових будинків, яка покликана захистити інтереси пайовиків. З середини 2019 року забудовників позбавили можливості залучати кошти безпосередньо від пайовиків. Тепер гроші громадян зберігаються в банках на ескроу-рахунках, а забудовник тим часом зводить житло за свій рахунок або в кредит, до моменту реєстрації права власності на одну з квартир в готовому будинку [1].

У Великобританії рахунки умовного депонування часто використовуються під час трансакцій з приватною власністю для зберігання грошей клієнтів до тих пір поки трансакція не завершиться.

В Україні ж використання даного інструменту є відносно новим та згідно з чинним законодавством відкриття таких рахунків можливе лише для проведення операцій з примусового викупу акцій у міноритарних акціонерів особою, яка володіє домінуючим контрольним пакетом акцій. За кордоном ескроу-агенту може бути передано будь-яке майно. В Україні поки що планують довіряти їм лише грошові кошти. Варто зазначити і те, що ескроу-агентом може виступати тільки банк, на відміну від зарубіжних країн, де цю роль можуть виконувати нотаріус, адвокат чи юридична фірма. Однак нещодавно Національний банк України прийняв рішення скорегувати правила відкриття рахунків у вітчизняних фінустановах. Найближчим часом юристи також зможуть відкривати ескроу-рахунки для нотаріальних цілей та з їх допомогою акумулювати кошти від боржників. Відповідно юрист із даного рахунку зможе перераховувати отримані кошти одразу ж своєму клієнтові.

Лише невелика кількість банків в Україні надає послуги з відкриття рахунку умовного зберігання, серед найбільш відомих це: «KredoBank», «Universal Bank», «Банк Південний», «Альфа-Банк», «ОщадБанк» та «ПриватБанк».

Перевагами використання рахунку ескроу в Україні є:

- мінімальні фінансові ризики як для покупця, так і для продавця, оскільки рахунком управляє банк, а заморожені кошти не використовуються у витратних операціях;

- за допомогою ескроу-рахунку можна значно оптимізувати витрати часу й коштів під час роботи з міноритарними акціонерами щодо викупу пакета акцій;

- виключення затримок і порушень термінів розрахунків, оскільки функція контролю виплати покладається на банківську установу;

- окремий режим функціонування рахунку згідно законодавства України (кошти не можуть бути арештовані, в т.ч. контролюючими органами, або втрачені);

- гарантований успіх угоди (особи, які витратили кошти на відкриття рахунку, навряд чи забажають відмовитися від неї).

Для банків як агентів це можливість використання грошових ресурсів упродовж строку його перебування в банку, отримання винагороди за відкриття рахунку та проведення операцій за ним та залучення нових клієнтів.

До недоліків механізму застосування рахунків ескроу в Україні належать:

- обмежені можливості застосування таких рахунків у порівнянні із зарубіжними країнами;

- лише банки можуть бути ескроу-агентами;

- на зберігання ескроу-агенту можуть передаватися лише грошові кошти.

Ще однією особливістю такого рахунку є те, що законодавством не допускається накладення арешту на грошові кошти, які знаходяться на рахунку умовного зберігання. Відповідно постає питання про те, чи не буде використано це положення для зловживання з боку недобросовісних осіб з метою здійснення необмеженого за часом «заморожування» коштів на таких рахунках [2].

Отже, запровадження та використання рахунків ескроу є важливим кроком до покращення роботи українського банківського сектору. Проте для покращення їх функціонування варто розглянути розширення варіантів використання таких рахунків, використовуючи зарубіжний досвід, перш за все при житловому будівництві.

Список використаних джерел

1. Две трети московской недвижимости строят с использованием счетов эскроу URL: <https://www.interfax.ru/moscow/791888> (07.10.2021).

2. Ліхачов М., Піголь О. Ескроу рахунки: міжнародна практика та її імплементація НБУ. Юридична газета online. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/neruhomist-ta-budivnictvo/eskrou-rahunki-mizhnarodna-praktika-ta-yiyi-implementaciya-nbu.html> (дата звернення: 08.10.2021).

КРЕДИТНИЙ РИЗИК КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Матвійчук Н. М., к. е. н., доц., доцент кафедри фінансів
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Купіч Б. В., студентка Волинського національного університету
імені Лесі Українки

У процесі реалізації своїх функцій і надання послуг банки регулярно стикаються з великою кількістю всіляких ризиків. Одним з найбільш важливих видів ризиків є кредитний ризик, який являє собою грошове вираження наслідків порушення позичальником взятих на себе зобов'язань перед кредитором, що виявляється в неможливості внаслідок дії зовнішніх та внутрішніх чинників дотримання графіка повернення наданої на тимчасовій і платній основі вартості в належних обсягах, що спричиняє недоотримання кредитором запланованого рівня доходів від здійсненої операції [3, с. 51–52]. Часто такий вид ризику викликаний кредитуванням сумнівних по платоспроможності фізичних та юридичних осіб, що пов'язано з бажанням банків отримати максимальний прибуток.

Так, за даними НБУ, в 2019 році українці були винні банкам близько 135,4 мільярда гривень. Також, в 2018 році зросли залишки за кредитами в іноземній валюті (в доларовому еквіваленті) – на 6,7 % до 14,4 млрд дол [1].

Основними чинниками, що підвищує кредитний ризик, є:

- економічна і політична ситуація в країні;
- банкрутство позичальника;
- значний обсяг сум, виданих вузькому колу позичальників або галузей;
- кредитна політика банку, яка передбачає видачу кредитів без повноцінної перевірки відомостей про позичальника;
- шахрайство з боку позичальника;
- великий обсяг сум, виданих під формування венчурного капіталу;
- низький рівень диверсифікації кредитного портфеля;
- ненадійна забезпеченість кредиту.

За статистичними даними НБУ, частка непрацюючих кредитів (NPL) в Україні висока – становила 41 % на початок 2021 року, але поступово скорочується з 2018 року. У 2020 році масштабну роботу провели державні банки: за рік вони списали 30,6 млрд у гривні та 3,1 млрд у доларовому еквіваленті. Це дозволило їм знизити частку непрацюючих кредитів з 63,5 % до 57,4 %. У результаті загальна частка NPL у банківському секторі знизилася за 2020 рік на 7,4 в.п. Значний приріст частки NPL протягом 2015–2017 років пояснюється переважно трьома факторами:

- проведеною НБУ оцінкою якості активів банків (AQR), що спонукало банки визнати багато кредитів непрацюючими;
- запровадженням більш жорсткого визначення терміну «непрацюючий кредит (NPL)» відповідно до міжнародних практик (постанова Правління НБУ № 351) [2];
- визнанням непрацюючих кредитів Приватбанком після націоналізації [1].

На підставі цього можна зробити висновки, що в Україні присутній вплив багатьох факторів, що негативно впливають на кредитний ризик, що говорить про необхідність застосування спеціальних заходів щодо їх зниження і нейтралізації.

Щоб такі заходи були розроблені і були застосовані на практиці, в кожному банку має здійснюватись якісний і ефективний ризик-менеджмент. Ризик-менеджмент включає в себе аналіз і оцінку сильних і слабких сторін організації з точки зору взаємодії зі всілякими контрагентами.

Основою банківського ризик-менеджменту є пророблена з усіх сторін кредитна політика банку, що складається з ряду елементів, які в сукупності при правильному застосуванні здатні позитивно впливати на кредитний ризик. До ключових елементів кредитної політики комерційних банків належать:

1. Комплексний різносторонній збір інформації про позичальників і ліквідності заставного майна (при наявності) з урахуванням перевірки ступеня достовірності одержуваної інформації.

2. Управління структурою кредитного портфеля банку. Структура портфеля повинна бути якісною, а саме при ліквідності балансу і невисокому рівні кредитного ризику приносити максимальний прибуток.

3. Регламентацію основних принципів ціноутворення позик.

Ефективна та кредитна політика, яка розроблена виключно для конкретного банку з урахуванням його особливостей, пріоритетів, принципів і стратегічної спрямованості, в змозі забезпечити продуктивну, організовану роботу персоналу кредитного підрозділу банку, зменшити ймовірність помилок і прийняття нерациональних рішень.

Таким чином, висока частка NPL – результат кредитної експансії минулих років, коли стандарти оцінювання платоспроможності позичальників були низькими, а права кредиторів недостатньо захищеними. Інша вагома причина – практика кредитування пов'язаних осіб, що припинили обслуговувати кредити під час кризи. НБУ наголошує, що банки мають інтенсивніше розчищати баланси: непрацюючі кредити слід реструктурувати, продати чи списати [1]. З метою зниження кредитного ризику банкам необхідно вдосконалювати кредитну політику, адже саме вона є запорукою стабільності існування і розвитку банків.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: www.bank.gov.ua.

2. Постанова Правління Національного банку України від 30.06.2016 р. № 351 «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>

3. Дзюблюк О. В., Прийдун Л. М. Кредитний ризик і ефективність діяльності банк : монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2015. 295 с.

ВИДИ РИНКІВ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Тутов І. Г., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Стеблюк Н. Ф.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій Університету митної справи та фінансів

З самого початку своєї історії грошовий ринок був дуже активним місцем, де багато покупців і продавці виходили на ринок з пропозиціями кожен день. Однак термін «грошовий ринок» фактично належить до ринків фінансових інструментів, на яких торгуються короткострокові інвестиційні цінні папери терміном упродовж як мінімум року. Це дає можливість позичальникам отримати короткострокові позики. Це також дає інвесторам можливість отримати високий рівень безпеки, вкладаючи свої гроші в фінансові активи з високою ліквідністю, оскільки комерційні банки відіграють вирішальну роль в діяльності цього ринку. Термін «капітал» відноситься до ринків фінансових інструментів довгострокових інвестиційних інструментів з терміном погашення один рік або більше і на яких торгуються інструменти капіталу. Цінні папери ринку капіталу, такі як акції та довгострокові облігації, часто належать фінансовим посередникам, страховим компаніям і пенсійним фондам, які не впевнені в сумі коштів, з якими вони матимуть можливість працювати в майбутньому. Готівковий або спотовий ринок - це ринок, на якому торгуються безпосередньо покупці і продавці, і він розділений на дві частини: первинний ринок; вторинний ринок [1].

Фондовий ринок є складним видом ринком цінних паперів, де акції є предметом торгівлі. У той же час це має ключове значення для створення і розвитку сильної і конкурентоспроможної економіки. Це ключ до структурних перетворень в будь-якій економіці; від традиційної, жорсткої, небезпечною банківської системи до більш гнучкої і безпечнішою економіці, не схильною до потрясінь, коливань і відсутності довіри інвесторів. Фондові ринки – це те місце, де уряд і промисловість можуть залучати довгостроковий капітал, а інвестори можуть купувати і продавати цінні папери. «Фондові ринки являють собою комплекс інститутів і механізмів, за допомогою яких кошти для цілей більш одного року об'єднуються і стають доступними для бізнесу, уряду та приватних осіб, а також через які переводяться інструменти, котрі перебувають в обігу. Фондові ринки добре організовані і бувають локальними, регіональними, національними та світовими». Слово «акції» в північноамериканській традиції означає власність або акціонерний капітал. У корпораціях ці акції торгуються на ринку, званому «фондовою біржею» [2].

Первинний ринок, іменований «ринком емісії», випускає цінні папери, облігації, акції в обігу і знаходиться на підприємствах, яким дозволено

випускати цінні папери. У той час як підприємства можуть оскаржувати первинне публічне розміщення акцій самостійно, багато покладаються на допомогу інвестиційних банків. Фактично, останні представляють установи, які спеціалізуються на маркетингу акцій початкового володіння, пропонує в рамках нової комерційної діяльності, які надають акції на первинному ринку по кілька вищою ціною.

На вторинному ринку відбувається продаж раніше випущених цінних паперів, оскільки більшість інвесторів планують продати довгострокові облігації до того, як вони досягнуть терміну погашення, і, в кінцевому підсумку, продати свої пакети акцій також брокерам та посередникам.

Третій ринок включає торгівлю цінними паперами на позабіржовому ринку. Цей ринок не регулюється і складається з брокерських фірм, які не є членами організації, навіть якщо вони мають право вести справи з цінними паперами, зареєстрованими на цих ринках. Крім того, ці брокерські компанії готові купувати і продавати цінні папери на більшу чи меншу суму.

Четвертий ринок відноситься до прямої торгівлі між установами без використання обміну. Цей ринок призначений для великих організацій, які працюють з ними при купівлі та продажу цінних паперів великими замовленнями, як стратегію щодо зниження комісійних, виплачуваних брокерам.

Зазвичай форвардні контракти не передбачають передоплати, а грошові кошти переходять з рук в руки тільки після закінчення терміну дії контракту, який обумовлюється між двома сторонами і не має істотного значення. Ф'ючерсні контракти торгуються на ринку і включають початковий внесок, відомий як початкова маржа. Це в першу чергу застава, що гарантує, що обидві сторони контракту не допустять дефолту, який зазвичай приносить конкурентоспроможну процентну ставку без будь-яких витрат. Як правило, ф'ючерсний контракт представляє собою форвардна угода, яка щодня переходить від ринку до ринку [3].

Отже, ринок цінних паперів є складним і важливим елементом для економіки країни. Так як завдяки ринку цінних паперів створюється і розвивається сильна і конкурентоспроможна економіка, а це є ключом до структурних перетворень в будь-якій економіці.

Список використаних джерел

1. Нью-Йоркська фондова біржа NYSE [Електронний ресурс] URL : <https://sdg-trade.com/market/nyse-exchange>
2. URL : <https://ffin.ru/market/directory/stocks/16322/>
3. URL : <https://www.nyse.com/>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

Гуменюк О. Ю.,

студентка НРЗВО «Кам'янець-Подільського державного інституту»
(науковий керівник – **Вольська А. О.**, к.е.н., доц., викладач
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»)

У наш час головною складовою сучасного розвитку світової економіки та фінансів є глобалізація. Відбувається становлення єдиного ринку, покращується взаємодія країн на політичній та економічній арені. Процес становлення глобальної економіки та фінансової глобалізації неминуча вимога сучасного світу. Саме тому є необхідність чітко сформулювати пріоритети участі України в глобалізації, з одного боку, з метою створення ефективних механізмів для мінімізації її негативних наслідків, а з іншого – використання її для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Над цією проблемою працювали такі вчені: О.Білорус, Д. Лук'яненко, П. Герст, Г. Томпсон, Дж. Сорос, Н. Стукало, А. Макушкіна, О. Мозговий.

Глобалізація фінансових ринків – процес стирання кордонів між національними ринками, інтеграції фінансових інструментів, учасників ринку, органів регулювання, механізмів торгівлі цінними паперами стандартизації правил [1].

Глобалізація фінансових ринків мінімізує бар'єри між світовим і внутрішнім капіталом, дозволяє необмежено переміщувати кошти здійснювати інвестування, запозичення та кредитування. Разом з фінансовими потоками світового масштабу швидше переміщуються технології, у багатьох країнах модернізується економіка.

Найбільше процес глобалізації поширився у фінансовій сфері. Інформаційні технології дали можливість поєднати разом фінансові центри світу, скоротити час укладання угод та знизити їх вартість.

Враховуючи співвідношення процесів глобалізації фінансового і реального сектора економіки, виділяють чотири типи глобалізації:

1. Повна глобалізація (реальний і фінансовий сектори економіки обох країн перебувають у тісному взаємозв'язку).

2. Глобалізація переважно фінансового сектора (оскільки мобільність фінансових активів є більшою за мобільність товарів і послуг, то в багатьох випадках розвиток глобалізації відбувається на фінансових ринках).

3. Глобалізація переважно реального сектора (у регіональних об'єднаннях країн ринки деяких видів товарів і послуг можуть бути повністю інтегровані, і виникає ситуація, за якої реальний сектор економіки переважає фінансову сферу за ступенем глобалізації).

4. Відсутність глобалізації (фінансовий та реальний сектори економіки ізольовані в межах національних кордонів) [2].

Отже, враховуючи вищенаведені тенденції, глобалізація світових фінансових ринків є важливою умовою розвитку світової економіки. В процесі глобалізації здійснюється інтегрування до світового фінансово економічного простору, що забезпечує відповідний рівень конкурентоспроможності країни, збільшує обсяг міжнародного руху капіталу у цілях розвитку, зміцнення міжнародного співробітництва у сфері боротьби з незаконними фінансовими потоками, забезпечення глобальної мережі фінансової безпеки.

Список використаних джерел

1. Олійник А. А. Міжнародні фінансові організації як складова фінансової глобалізації. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5821>
2. Копитець Н.Г. Сучасні тенденції глобалізації фінансових ринків. URL : <http://magazine.faaaf.org.ua/suchasni-tendencii-globalizacii-finansovih-rinkiv.html>

ЗМІНА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ З УПРОВАДЖЕННЯМ ІННОВАЦІЙ

Григоренко Т. О.,

студентка Миколаївського національного університету
ім. В. О. Сухомлинського
(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів,
Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського)

У сучасному світі технології та інновації почали грати провідну роль у розвитку економічного зростання підприємств, як на регіональному так і на державному рівні. Якщо в XIX ст. високими технологіями вважали паровий двигун, то в 21 столітті всю роботу можуть виконувати автоматизовані машини без втручання людини. Підприємства, які прагнуть до збільшення свого фінансового статку намагаються вдосконалити виробництво таким чином, щоб витрати були мінімізовані, виробленого товару було збільшене, а прибуток максимальний.

Актуальність даної теми зумовлюється тим, що інновації є найперспективним в розвитку підприємницької діяльності та конкурентоспроможності на економічній арені.

Інновації – це впровадження чогось нового, або зміна, що веде за собою як позитивні так і негативні наслідки. Розрізняють різні види інновацій в підприємницькій діяльності:

1. Зміна сфери діяльності;
2. Зміна технологій у виробництві;
3. Зміна за інтенсивністю.

В першому варіанті інновації можна віднести зміну в напрямку діяльності, співпраця з іншими організаціями, що в перспективі можуть удосконалити спосіб отримання більшого прибутку. Як приклад можна навести Корпорацію «АТБ» та Райффайзинг Банк Аваль. Ключова частина полягає в тому, що «АТБ» менше сплачує комісій за розрахунками картами від Райффайзингу, банк випускає велику кількість розрахункових карток, а клієнти магазину мають змогу зекономити при купівлі товару.

Зміна технологій у виробництві спрямовується на те, що підприємства починають виробляти нову продукцію, змінювати технологію при виробництві або модернізувати обладнання. Наприклад, ПП «МакДональдз Україн Лтд» на день Незалежності ввели новинку в вигляді нового бургеру – «Український Бургер». Цей товар був хітом продаж і майже в кожному чеку був пробитий саме цей твар. За 24 серпня п'ята частина зібраної каси склала за продаж саме «Українського Бургеру».

Зміна за інтенсивністю включає в себе вісім фаз, починаючи з нульової фази і закінчуючи сьомою. До першої можна віднести, наприклад, оновлення фарби на обладнанні, а до сьомої – зміна самого обладнання, або більшої частини, що в свою чергу впливає на рівень виробництва. За приклад можна взяти кондитерську фабрику «АВК», зі старим обладнання фабрика могла виробляти до 2 млн. од. продукції за день, то з оновленням обладнання в день виробляли до 3,5 млн. од. продукції, та отримали можливість виготовляти нові види кондитерських виробів.

Впровадження інновацій відбувається тривалий період та проходить декілька стадій від запропонованої ідеї до впровадження у процес виробництва. Вітчизняні підприємства мають бар'єри до впровадження інновацій у виробництво. Одним із таких бар'єрів виступає нормативно-правова база нашої держави. За Законом України «Про інвестиційну діяльність» інновації вважають однією з форм інвестиційної діяльності.

Як зазначають більшість діячів, що в світовому досвіді період вдосконалень у виробництві напряду залежить від ресурсних можливостей підприємства, тобто чим більший бюджет на вдосконалення, тим буде кращий результат. Але також на результат впливає, сама ідея та детально прорахований план впровадження інновацій та стадії здійснення.

Можна виділити кілька пунктів, що можуть стати проблемами при введенні інновацій:

1. Недостатня кількість власних ресурсів;
2. Недостатня кількість фахівців, та кадрів в питанні нововведень;
3. Нестача інформації про інноваційну діяльність в ринкових умовах;
4. Відсутність гарантії для інвесторів;
5. Зниження фінансування оплати праці (скасування премій, бонусів).
6. Низький рівень довіри до вітчизняних підприємців з приводу введення інновацій в цілому.

У більшості випадків впровадження нововведень може привести до невдач. Більше всього, за статистикою, це відноситься до споживчих товарів, так як новий товар може сподобатись не кожному, тому що виробники могли не достатньо прорахувати всі вимоги та потреби споживачів.

За спостереженнями інновацій можна зробити висновки, що вони потрібні у виробництві в тому випадку, коли підприємство хоче отримати мінімальні затрати з отриманням максимального прибутку. Але потрібно не забувати, що нове не завжди краще старого і, що старе не можна зробити кращим. У всьому є свої межа.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність»: Закон України від 05 грудня 2012 р. № 36 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 12.10.2021)

2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. 504 с. URL: <https://stud-lugansk.ucoz.ua/load/3-1-0-16>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Коваленко С. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів,
(науковий керівник – **Пономарьова О. Б.**, старший викладач
кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університету митної справи та фінансів)

Сучасний економічний розвиток держави супроводжується ризиками, що виникають під впливом екзогенних і ендогенних чинників. З метою запобігання виникнення ризику або його мінімізації у світовій практиці застосовують страхування як можливість відшкодування економічних збитків від стихійних лих, промислових аварій і катастроф, забезпечення інтересів юридичних та фізичних осіб при настанні непередбачених та несприятливих подій тощо. Страхування є одним зі стратегічних секторів економіки, адже воно сприяє акумулюванню заощаджень у вигляді страхових премій і перетворенню їх у інвестиції [2].

Вітчизняний ринок страхових послуг залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній на 01.01.2017 становила 310 од. (табл. 1), скоротившись за аналізований період на 32.3 % (– 100 од.); значного скорочення зазнали СК «Life» (-48.7 %). Обсяг сформованих резервів станом на 01.01.2021 становив 19.7 млрд. грн. (+124.3% у порівнянні із 2016 р.), також спостерігається зростання за період дослідження активів страховиків на 15.7 %.

Показники стану страхового ринку України за 2016–2020 рр.

Стаття	2016	2017	2018	2019	2020	Зміна, % 2020/ 2016
Загальна кількість СК	310	294	281	233	210	– 32,3
у т.ч. СК “non-Life”	271	271	251	210	190	– 29,9
у т.ч. “СК Life”	39	33	30	23	20	– 48,7
Валові страхові премії, млн грн	22042,3	24500,5	24991,5	27019,2	31395,5	42,4
Валові страхові виплати, млн грн	5886,2	7489,1	9785,3	10754,6	12128,8	106,1
Обсяг сформованих страхових резервів, млн грн	8774,8	10499,5	13915,4	14734,8	19677,5	124,3
Загальні активи страховиків, млн грн	41751,5	42711,8	47281,9	47565,6	48326,6	15,7
Активи визначені ст. 31 ЗУ “Про страхування”, млн грн	26919,2	26776,1	31783,9	29687,0	37847,9	40,6

У 2020 р. обсяг активів страховиків збільшився на 15.7 % у порівнянні з 2016 р., а величина активів, визначених відповідно до ст. 31 ЗУ «Про страхування», збільшилася на 10928,7 млн. грн. Не зважаючи на зменшення страхових компаній, обсяг валових премій збільшився на 42.4 % у 2020 р. порівняно з 2016 р., а приріст виплат становив 106.1 %.

Результати проведеного аналізу динаміки основних показників розвитку страхового ринку дозволяють стверджувати, що діяльність страхових компаній в сучасних умовах є нестабільною.

Отже, перспективами розвитку страхового ринку є:

- створення та розвиток інституціонального та інфраструктурного середовища, сприятливого для страхового бізнесу, і виконання ним своїх функцій;

- формування незалежної, справедливої та компетентної контрольно-наглядової системи, спроможної забезпечити баланс між контролем за дотриманням встановлених правил і втручанням у діяльність суб'єктів страхової системи;

- встановлення процедур і правил, що забезпечуватимуть виявлення та врахування інтересів кожної групи у процесі прийняття рішень на всіх рівнях влади, посилення конкуренції і відповідальності за результати й наслідки прийнятих та реалізованих рішень;

- підтримка суб'єктів страхового ринку у питаннях самоорганізації;

- відновлення довіри суб'єктів страхового ринку до державних інститутів, боротьба з корупцією на основі формування процедур і правил контролю за діяльністю органів влади;

- реалізація політики розвитку конкуренції і жорстке присікання будь-

яких проявів монополізму для забезпечення рівних умов діяльності, за яких перемагають найефективніші страхові організації;

– повномасштабна інтеграція страхового ринку України у світовий страховий простір.

Таким чином, з метою вдосконалення діяльності страхового ринку доцільно впровадити низку заходів, зокрема: підвищити увагу до розвитку страхування інноваційних ризиків; розширити можливості використання страхових послуг різними верствами населення, зокрема малозабезпеченими громадянами; сприяти розвитку добровільного медичного страхування [3].

Реалізація переліченого комплексу заходів сприятиме розширенню потенційних страхувальників, забезпечить доступність страхових послуг для всіх категорій громадян і юридичних осіб, дозволить уникати ризиків.

Список використаних джерел

1. Про страхування: закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР (редакція від 01.04.2016, підстава 922-19). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

2. Рудь І.Ю., Копитіна І.В. Перспективи розвитку страхового ринку України. Науковий вісник МНУ ім. В. О. Сухомлинського. Економічні науки. № 1 (4). червень 2015. С. 77–80.

3. Сукач О.М., Сарана Л.А. Страховий ринок України: сучасні реалії та перспективи. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. № 1 (20). 2016. С. 106–113.

УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТНИМИ ПОТОКАМИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗИ COVID-19

Роменська К. М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Університету митної справи та фінансів

Із настанням пандемії COVID-19 її наслідки поширились за межі кризи у сфері охорони здоров'я, кидаючи виклик справедливому та ефективному використанню бюджетних коштів не лише на медичну, але й на соціальну допомогу, усунення нерівностей в різних сферах економіки, регіональному розвитку, громадському житті. Глобальний економічний спад внаслідок пандемії виразився у масовому безробітті, скороченні темпів росту валового внутрішнього продукту, кризи ліквідності, зростанні боргів та рівня бідності. Важко постраждали сфери продажів продуктів харчування, послуг та роздрібна торгівля. Внаслідок блокування та закриття шкіл, ясел, дитячих садків постраждала сфера освіти. Соціальними наслідками, що зумовили здійснення бюджетних витрат, стали зростання рівня допомоги по безробіттю, допомоги малозабезпеченим сім'ям, допомоги постраждалим від домашнього насильства.

Небажане зростання показників державного боргу і державного кредиту України, наявність стійкого дефіциту бюджету та інші проблеми виконання Державного та місцевих бюджетів України за результатами кризового 2020 р. свідчить, що процес управління фінансовими потоками бюджетів потребує перегляду з метою подальшого удосконалення. Саме тому за кризових умов органи державної влади та місцевого самоврядування мають своєчасно реагувати на події, що відбуваються в економіці і суспільстві та підвищувати ефективність управління бюджетними коштами. Управління бюджетними ресурсами має бути спрямоване на подолання наслідків COVID-19 з першочерговою увагою на ті верстви населення, які найбільше її потребують, і на тих осіб, хто перебуває в неблагополучному становищі за статтю, економічним статусом, місцем розташування тощо.

У звітності про виконання Державного та місцевих бюджетів України та в процесі виконання бюджетів акцент переважно на виконанні бюджетних зобов'язань, а не на пошуку шляхів підвищення ефективності та якості використання фінансових ресурсів бюджету. Це доводить необхідність управління фінансовими потоками державного та місцевих бюджетів, орієнтованого на отримання ефективних та якісних показників використання бюджетних коштів [4].

Слід зазначити, що не завжди всі фінансові потоки держави є бюджетними потоками, тому що система державних фінансів окрім зведеного державного бюджету включає державні цільові фонди, фінанси державного сектору економіки, державний кредит, страхові та резервні фонди. Це дає можливість трактувати поняття управління фінансовими потоками в бюджетному процесі України у вигляді бюджетного циклу, що має на меті забезпечити належне планування, виконання, облік доходів та видатків державного та місцевих бюджетів України а також контроль за дотриманням бюджетного законодавства. Зазвичай такий цикл зосереджується на таких ключових етапах, що відбуваються на різних стадіях бюджетного процесу України: формування бюджету, виконання бюджету, облік та звітність, контроль та аудит [1].

Підтримка сукупної фіскальної дисципліни є першою метою системи управління фінансовими потоками в бюджетному процесі і стосується взаємодії двох змінних: дохідної та видаткової частини бюджету. Це передбачає забезпечення сукупного рівня доходів та видатків бюджету, узгодженого з цілями щодо фіскального дефіциту й не має створювати нестійких рівнів державних запозичень. Крім того, система управління фінансовими потоками в бюджетному процесі України має забезпечувати розподіл бюджетних ресурсів на узгоджені стратегічні завдання, визначені Національною економічною стратегією до 2030 р. [3] та тактичні завдання, що орієнтовані на виконання завдань та заходів в межах середньострокового та короткострокового періоду [2].

Без ефективного управління фінансовими потоками держави забезпечення гідного життя громадян є складним завданням. Повноцінне функціонування всіх галузей економіки та соціальної сфери на сьогодні усклад-

нилось наслідками пандемії COVID-19, усунення яких є ключовою передумовою зростання рівня добробуту населення. Проте підвищення добробуту населення без відповідних економічних передумов не зможе забезпечити стабільно високий рівень життя населення в довгостроковому періоді. Таким чином, управління фінансовими потоками в бюджетному процесі повинно забезпечувати досягнення максимального рівня ефективності використання бюджетних коштів у співвідношенні вартості та якості надання бюджетних послуг з урахуванням визначених пріоритетів, що дозволять усунути наслідки кризи COVID-19, та враховуючи рівень поточного та соціального розвитку України виявити можливості для зростання й розкрити потенціал України.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Про Державний бюджет України на 2021 рік: Закон України від 15.12.2020 № 1082-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1082-20#Text>
3. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 № 179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text>
4. Статистичний збірник: «Бюджет України 2020». URL: <https://mof.gov.ua/uk/statistichnij-zbirnik>

ВПЛИВ ЗМІН РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВО

Романенко Д. О.,

студентка Лозівської філії Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу
(науковий керівник – **Косолапова А. О.,**
викладач Лозівської філії Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу)

Ринкова економіка передбачає широкі можливості для діяльності господарюючих суб'єктів. Кожен день підприємства стикаються з безліччю викликів зовнішнього середовища. Підприємства, які гнучко і швидко адаптуються до зміни умов, продовжують працювати і розширюватися. При цьому, на нашу думку, теоретичне осмислення понятійного апарату, методичного забезпечення та механізмів реакції підприємства на зміни ринкового середовища, яка, перш за все, виявляється в здійсненні підприємством інвестиційної діяльності, знаходиться на недостатньо високому рівні. Це викликає необхідність конкретизації понятійного апарату. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне визначити механізм реакції підприємства на зміни ринкового середовища як систему управління змінами в контексті здійснення широкого спектру перетворень, обумовлених динамічно мінливим ринковим середовищем.

Методичні та теоретичні аспекти організації управління змінами на підприємстві з різних сторін розглядаються в працях вітчизняних і зарубіжних дослідників. Однак існуючі методики не містять достатньо повного системного підходу до організації управління змінами. Детально розглядається застосування таких технологій, як управління проектами, управління портфелем проектів, бюджетування, моніторинг ефективності інвестиційних проектів та інші. У той же час мало досліджені такі аспекти, як комплексність підходу і взаємна інтеграція оптимального набору технологій в єдину систему управління змінами на підприємстві.

Логіка дослідження підпорядкована послідовності, визначеній методом наукової індукції - від управління бізнесом, в цілому, до інвестиційної діяльності підприємства, а саме:

- 1) конкурентоспроможність, як основна мета підприємства в довгостроковій перспективі;
- 2) управління конкурентоспроможністю;
- 3) управління адаптацією підприємства до умов ринку в рамках управління конкурентоспроможністю;
- 4) управління змінами;
- 5) інвестиційна діяльність.

В рамках управління інноваціями розглядається переважно управління знаннями, цінною інформацією і створенням нових продуктів, заснованих на перспективних наукових досягненнях. При цьому не розглядаються інші аспекти нововведень, зокрема такі, як, вже раніше названі, організаційні зміни; проекти, засновані на масштабуванні; продукти, що базуються на екстенсивному розширенні ринків збуту, але не припускають унікальних технологій, а також багато інших. Безумовно, фінансування інноваційного середовища сприяє зростанню і розвитку підприємства. Значний позитивний вплив рівня ефективності управління інноваціями на прибутковість підприємства підтверджено, в тому числі і спеціальним дослідженням британського підрозділу консалтингової компанії Pricewaterhouse Coopers. В даному дослідженні було відзначено, що компанії, що освоюють інноваційний характер розвитку швидше конкурентів, отримують вищий маржинальний прибуток. Управління інноваціями значимо для підприємства, але є не єдиним напрямком розвитку, доповнюючи, а не заміщаючи інші форми реакції підприємства на зовнішній вплив.

Забезпечення балансу між системністю і структурованістю, з одного боку, і, з іншого боку, гнучкістю і швидкістю – не просте завдання. Так професора Колумбійської бізнес школи Майкл Ташман і Чарльз О'Рейлі акцентують увагу, що «разом зі структурою, бюрократією і системами приходить також інерція». Як зазначає визнаний у всьому світі дослідник, професор Університету Каліфорнії Роберт Б. Такер «керівництво повинно стимулювати гнучкість і експериментування, що допоможе підприємству відповісти на радикальні зрушення в ринковому середовищі» .

З метою забезпечення балансу особливу увагу слід приділити аналізу взаємозв'язків. В результаті дослідження підготовлена візуалізація струк-

тури управління змінами. В рамках аналізу представляється доцільним використання методики постановки цілей «SMART». Ця методика була вперше описана в 1981 році Георгом Т. Дорану і актуальна по теперішній час. Через призму методики «SMART» цілі керівників підприємства в галузі управління змінами мають відповідати цілям у рамках управління конкурентоспроможністю, як цілям вищого порядку (R-Resultoriented-орієнтація на результат або відповідність цілям вищого порядку). Управління змінами та управління конкурентоспроможністю слід розглядати у взаємозв'язку.

Список використаних джерел

1. Дем'янова О. В. Принципові основи адаптивного управління підприємством / Є. В. Дем'янова // Вісник СХУ ім. В. Даля. № 10 (116). Луганськ: СХУ ім. В. Даля, 2007. С. 70–75.

2. Джіні Даніель Дак, Управління змінами: в пошуках балансу / Управління змінами / Пер. з англ. М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007. 227 с. (Серія «Класика HarvardBusinessReview»)

3. Ільєнкова С. Д., Ягудін С. Ю., Гужов В. В. Управління інноваційним проектом: навчально-методичний комплекс / за ред. проф. С. Ю. Ягудіна. М.: Изд. центр ЕАОІ, 2009. 182 с.

4. Минко І. С., Шамина Л. К. Адаптивність і інновації в економічних системах / Науковий журнал НДУ ІТМО. Серія: Економіка та екологічний менеджмент. 2011. № 1; URL: <http://economics.open-mechanics.com/articles/295.pdf>

ВПЛИВ МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ СОБІВАРТОСТІ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Здорик А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єдинак Т. С., к. держ. упр., доц.,
доцент кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування
Університету митної справи та фінансів)

Одним із найважливіших показників, що характеризує ефективність виробництва продукції сільського господарства, виступає її собівартість. Вона свідчить про ефективність використання виробниками матеріальних, природних, трудових, фінансових ресурсів, відображає результати удосконалення процесу виробництва, впровадження нової техніки і новітніх технологій тощо. Оскільки собівартість продукції прямо впливає на кінцевий фінансовий результат діяльності будь-якого підприємства, та враховуючи постійні ризики у сільськогосподарському виробництві (сезонність продукції, ризики неврожаю, висока вартість пального та залежність вартості садибного матеріалу, добрив від курсу валют), виробники постійно в пошуку резервів зниження собівартості готової продукції.

Отже, агропромислового комплексу властива своя специфіка, яку необхідно враховувати у пошуку шляхів зниження собівартості продукту. По-перше, головна особливість сільського господарства полягає в тому, що необхідним засобом виробництва є земля. На відміну від інших засобів виробництва земля при правильному використанні не зношується, а зберігає необхідні якості, тому амортизація на земельні ділянки не нараховується.

По-друге, кінцеві результати сільськогосподарського виробництва залежать від природно-кліматичних умов, що прямо впливають на стан і спеціалізацію сільського господарства (багато сільськогосподарських культур можуть вирощуватися тільки за певних кліматичних умов).

По-третє, в якості специфічних засобів виробництва в сільському господарстві виступають живі організми (рослини), які розвиваються відповідно до законів біології. Економічний процес виробництва в сільському господарстві взаємодіє з природним, тобто можуть спостерігатися значні втрати від неврожайності, на які підприємство вплинути не може.

Під час калькулювання собівартості сільськогосподарської продукції важливе значення має визначення складу витрат, що входять до неї. Згідно з Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції, яка була реалізована впродовж звітнього періоду, розподілених загальногосподарських та наднормативних виробничих витрат. У свою чергу, виробнича собівартість – це виражені у грошовій формі витрати підприємства понесені на вироблення продукції, послуг чи надання робіт. До виробничої собівартості відносять такі витрати: прямі матеріальні (матеріали), прямі витрати на оплату праці (тих хто зайнятий у виробництві), змінні загальногосподарські витрати та постійні розподілені загальногосподарські витрати [1].

Собівартість продукції необхідно визначати почергово. Розрахунок починають з допоміжних і обслуговуючих виробництв, що надають послуги основному виробництву (техніка, автомобільний парк, водопостачання, тощо). Далі здійснюється розподіл загальних витрат, потім - загальногосподарських витрат та/або списуються з витрат основного виробництва суми витрат від надзвичайних подій.

Щоб визначити собівартість продукції сільськогосподарського виробництва застосовуються такі основні методи:

– пряме віднесення витрат на відповідні види продукції. При цьому методом собівартість одиниці продукції розраховують діленням суми понесених витрат на даному об'єкті планування й обліку на загальний обсяг її виробництва (робіт, послуг). Цей метод доцільно використовувати в тих галузях, де отримують продукцію лише одного виду;

– вилучення із загальної суми витрат побічної продукції, вираженої у грошовій формі. При цьому методом залишок витрат, що дорівнює різниці між загальною сумою витрат та вартісною оцінкою побічної продукції, відносять на одержаний обсяг основної продукції;

– розподіл витрат між видами продукції пропорційно кількісному значенню однієї з головних ознак, спільної для всіх видів одержаної продукції. Такою ознакою може бути, наприклад, вміст повноцінного зерна в цих видах продукції, вміст поживних речовин тощо;

– коефіцієнтний метод використовується, коли отримують більше одного виду продукції з подальшим визначенням собівартості кожного з них. Витрати між цими видами продукції розподіляються відповідно до їх питомої ваги в загальному обсязі умовної продукції. Її обчислюють шляхом переведення за допомогою прийнятих коефіцієнтів усіх видів продукції в основний;

– пропорційний метод ґрунтується на розподілі витрат між видами продукції пропорційно до вартості продукції, оціненої за реалізаційними цінами;

– комбінований метод включає в себе два або більше розглянутих вище методів. Наприклад, при обчисленні собівартості насінницького зерна в господарствах застосовується метод виключення вартості побічної продукції (соломи) у поєднанні з пропорційним, коли залишок витрат розподіляють за різними класами зерна відповідно до його вартості.

Таким чином, чим ефективніше працює сільськогосподарське підприємство, раціональніше воно використовує власні та залучені ресурси, тим більш конкурентоспроможною у кінцевому результаті буде його продукція на вітчизняному та міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text> (дата звернення: 17.10.2021).

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИБАВЛИВОСТІ УКРАЇНИ

Пономарьова І. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів,

(науковий керівник – **Івашина С. Ю.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Університету митної справи та фінансів)

Одним із головним чинником постійного та стабільного розвитку економіки на мікро-, мезо- та макрорівнях є інвестиційна привабливість країни. Інвестиційна привабливість країни визначається як кількісна та якісна характеристика об'єкта ймовірного інвестування (зовнішнє та внутрішнє його оточення) [1].

Іноземні інвестиції відіграють значну роль в розвитку економіки (підтримка, функціонування та динамічний розвиток) та вирішенні соціально-економічних проблем. Серед економічних вигод від іноземних інвестицій є

створення робочих місць, розвиток експортно-імпортової бази, підтримка окремих видів галузей та передача технологій. Отже, оцінки інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості країни стають актуальнішими.

Дослідженням інвестиційного клімату в Україні займається Європейська Бізнес-Асоціація (ЕВА). Індекс інвестиційної привабливості розраховується ЕВА як середнє арифметичне оцінок п'яти аспектів інвестиційного клімату. Динаміку індексу інвестиційної привабливості України за 2014–2021 роки за розрахунками ЕВА зображено на рис. 1

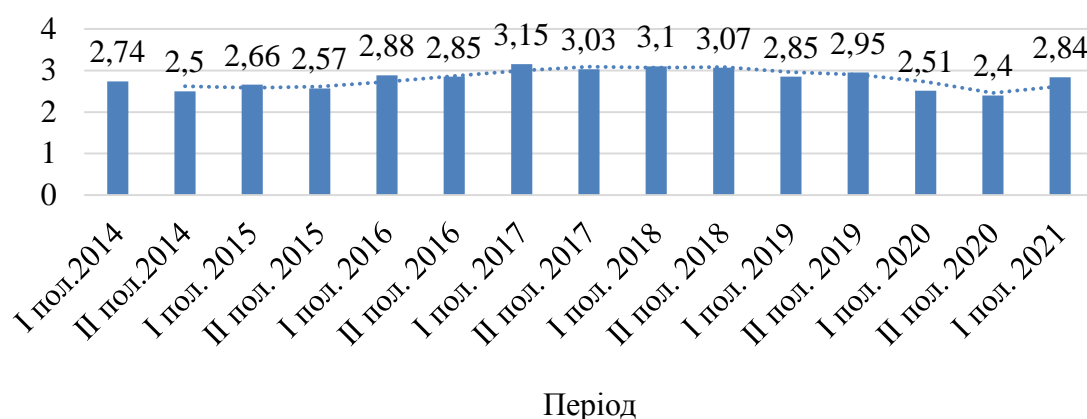


Рис. 1. Динаміка індексу інвестиційної привабливості України за 2014–2021 рр.

Проаналізувавши дані, які наведено на рис.1, можна зробити висновок, що значення індексу інвестиційної привабливості України не змінюється суттєво у 2014–2021 рр. та перебувають у негативній площині. За досліджуемий період, найвищий показник індексу інвестиційної привабливості України був у I половині 2017 року його значення було 3,15, найменший показник був у II половині 2020 року та становив 2,4. Але, вже у I половині 2021 року можемо спостерігати позитивну динаміку зростання індексу інвестиційної привабливості України з 2,4 до 2,84.

Незважаючи на низький рівень індексу інвестиційної привабливості, Україна одна з найкращих країн у світі для інвестування, тому що має наступні вагомі конкурентні переваги:

- вигідне геополітичне положення – центр Європи, вихід до морів;
- співпраця з країнами ЄС;
- природно-ресурсний потенціал (природні, рекреаційні та особливо земельні ресурси) – як правило важливими для інвестування є мінеральні ресурси, рекреаційні ресурси зосереджені на півдні та заході країни, але, крім того, в Україні є родючий чорнозем (60% площі країни). Тобто природно-ресурсний потенціал добре забезпечений по всій території країни;
- надлишок вільного працездатного населення;
- кваліфікована та дешева робоча сила;
- високорозвинена інфраструктура (залізниці, морські порти, автомобільні дороги та трубопроводи);
- безпечний клімат (відсутність природних катастроф та лих).

На противагу вище зазначеним перевагам стають недоліки: поширена корупція; тіньова економіка; слабка судова система; «важкість» ведення бізнесу; монополізація ринків; недосконале податкове та митне законодавство; відтік робочої сили, талантів та капіталу; повільна дебіюрократизація бізнес-процесів; відсутність реформ; тиск та регуляція з боку правоохоронних органів; потенційний зрив співробітництва з МВФ; відсутність постійних гарантій та заохочень для іноземних інвесторів; військовий конфлікт з Росією. При цьому визначальними чинниками негативних тенденцій є не військовий конфлікт на Сході України, а нестабільність і непрозорість правового та регуляторного середовища, корумпованість влади, бюрократизація, недосконалість системи захисту іноземних інвестицій

Отже, для покращання інвестиційної привабливості України необхідні такі заходи: поступово знизити бюрократичні та корупційні чинники; запровадити прозору судову систему; підвищити купівельну спроможність громадян; спростити процеси відкриття та закриття бізнесу; створити спеціалізованих банків (земельних, інвестиційних тощо); здійснити антимонопольні заходи; співпрацювати з іноземними діячами та виробниками шляхом проведення форумів, зустрічей; покращити орієнтири зовнішньої політики; розробити стратегічну програму для заохочення інвесторів.

Реалізація вищезазначених заходів сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості економіки України та прискорить процес нарощування її потенціалу.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія. Інвестиційна привабливість. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Інвестиційна_привабливість
2. Офіційний сайт Європейської Бізнес-Асоціації URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analytika/>

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАОЩАДЖЕНЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Каспшишак А. В.,

аспірант ДУ «Інститут регіональних досліджень

ім. М. І. Долішнього НАН України»

(науковий керівник – **Возняк Г. В.**, д.е.н., с.н.с.

ДУ «Інститут регіональних досліджень

ім. М. І. Долішнього НАН України»)

Домогосподарства є основою ринкової економіки у будь-якій державі, оскільки саме вони є основними споживачами усіх вироблених продуктів та послуг. Саме від результатів їхньої економічної діяльності залежить добробут, як окремих індивідів, так і держави в цілому.

Багато видатних вчених, причому різних економічних, фінансових течій та шкіл займались дослідженням теорії домогосподарств. Для зручності, їхні підходи для визначення поняття «домогосподарство» зведено до табл. 1.

Підходи науковців до трактування поняття «домогосподарство»

№	Джерело	Сутність поняття
1	Організація об'єднаних націй [9]	особа чи група осіб, поєднаних з метою забезпечення всім необхідним для життя
2	Державна служба статистики України [4]	сукупність осіб, які спільно проживають в одному житловому приміщенні або його частині, забезпечують себе всім необхідним для життя, ведуть спільне господарство, повністю або частково об'єднують свої кошти та витрачають їх. Ці особи можуть перебувати в родинних стосунках або стосунках свояцтва, не перебувати в будь-яких з цих стосунків або бути і в тих, і в інших стосунках. Домогосподарство може складатися з однієї особи.
3	В.Г. Федоренко [5]	економічний суб'єкт, який складається з одного або більшої кількості індивідів, що спільно проводять господарську діяльність і мають спільний бюджет
4	Ажнюк М.О. [6]	економічна одиниця, що складається з однієї або більше осіб, які ведуть спільне господарство, яке забезпечує економіку ресурсами, зокрема робочою силою, і використовує зароблені на цьому кошти для задоволення своїх потреб
5	Шевченко Л. С. [7]	сфера зайнятості, у якій члени родини забезпечують своєю працею особисті потреби цієї родини у формі натуральних продуктів і послуг. У цьому значенні домогосподарство протиставляється ринковій зайнятості
6	Семененко В. М. [8]	економічна одиниця, що складається з однієї або більше осіб; постачає економіку ресурсами й використовує отримані гроші для купівлі товарів і послуг, які задовольняють потреби людини

Заощадження населення – це економічне поняття, яке проявляється в наявності залишків доходів після витрат на поточне споживання. [3, с. 151]

Дуже часто заощадження домогосподарств стають основним інвестиційним фондом у розвиток державної економіки у певний момент часу, коли створені відповідні умови. Вони відіграють важливу роль у загальній теорії економічної рівноваги, ділової активності та економічного зростання в цілому. Для аналізу потенційної можливості для заощаджень українських домогосподарств проведемо аналіз доходів та витрат за останні 10 років, зведених у табл. 2.

**Сукупні витрати, доходи та заощадження в середньому за місяць
у розрахунку на одне домогосподарство, а також кількість
домогосподарств в 2010–2020 рр.**

Рік	Ресурси, грн	Витрати, грн	Заощадження, грн	Заощадження, %	Кількість домогосподарств, тис
2010 р.	3 481.00	3 073.30	407.70	11.71	–
2011 р.	3 853.90	3 458.00	395.90	10.27	–
2012 р.	4 144.50	3 592.10	552.40	13.33	–
2013 р.	4 470.50	3 820.30	650.20	14.54	16958,7
2014 р.	4 563.30	4 048.90	514.40	11.27	16076.3
2015 р.	5 231.70	4 952.00	279.70	5.35	15073.7
2016 р.	6 238.80	5 720.40	518.40	8.31	15033.4
2017 р.	8 165.20	7 139.41	1 025.79	12.56	14985.6
2018 р.	9 904.06	8 308.61	1 595.45	16.11	14934.9
2019 р.	12 118.50	9 670.20	2 448.30	20.20	14881.7
2020 р.	12 432.27	9 523.57	2 908.70	23.40	14784.3

Перш за все, аналізуючи дану таблицю, слід зазначити тенденцію до зменшення кількості домогосподарств. Різниця між 2013 і 2020 роком становить 2 174.4 тис або 12.8 %, в той час, як населення України за цей ж період змінилось з 45 553.0 млн. ос. до 41 554.8 млн ос. або на 8.7 % і саме це стало основним чинником скорочення домогосподарств [2].

Іншим помітним аспектом аналізу є різке скорочення заощаджень українців у 2015–2016 роках, яке пов'язане з економічною стагнацією, яка у свою чергу була викликана військовим конфліктом з Російською федерацією на сході України та невдалим керуванням влади у попередні роки. Водночас, аналізуючи статистику за останні роки, то помітна значна тенденція до впевненого росту заощаджень. На жаль, у 2020 році у зв'язку з Covid-19 динаміка дещо призупинилась, при тому, що витрати домогосподарств зменшились у порівнянні з попереднім роком.

Згідно даним державної служби статистики, лише 2 760 тис. або 18.6 % домогосподарств складаються з однієї людини. В той час, як 61.5% або 9 097.3 тис домогосподарств складаються з 2-ох або 3-ох осіб. Тобто, сукупний дохід на одну людину в середньому становить 4 972.9 грн, в той час, як прожитковий мінімум на 1 особу становить 2 294 грн [2]. Відповідно, станом на сьогодні доходи домогосподарств не є достатніми для великих заощаджень та в сучасних реаліях їм важко стати майбутнім капіталом для інвестицій.

Хоча попри це, за 2019 рік сума капітальних інвестицій населення склала 32.4 млрд грн [2], що свідчить про велике бажання українців заощаджувати та інвестувати свої гроші. У 2020 році сума капітальних інвестицій населення впала до 20.6 млрд грн, що в свою чергу викликано страхом людей щодо мож-

ливої глибокої фінансової кризи у зв'язку з Covid-19. Для більше детального аналізу впливу пандемії потрібно буде проаналізувати дані за 2021–2022 рр.

Але вже зараз можемо зробити висновок, що домогосподарства України схильні до заощаджень та інвестицій навіть у складних економічних умовах, що є однозначно позитивним явищем для нашої економіки.

Список використаних джерел

1. Міністерство фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/> (дата звернення 14.10.2021) <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України. URL: gov.ua/
3. Македон Г.М. Заощадження домогосподарств: економічна сутність та фактори впливу / Г.М. Македон // Сталій розвиток економіки. 2015. № 2. С. 151–157.
4. Про затвердження Положення про Реєстр статистичних одиниць у сільському господарстві, мисливстві, лісовому і рибному господарстві - Реєстр АГРО: Наказ державної служби статистики України від 02.07.2012 № 278.
5. В.Г. Федоренко, О.М. Діденко, М.М. Руженський, О.Ф. Іткін. Політична економія: Підручник. К.: Алерта, 2008. 487 с.
6. М.О. Ажнюк, О.С. Передрій. Основи економічної теорії: навч. посіб. К.: Знання: 2008. 368 с.
7. Шевченко Л. С. Основи економічної теорії [Електронний ресурс]. URL: <http://uristinfo.net/uchebnye-materialy/280-osnoviekonomichnoyi-teoriyi--ls-shevchenko-/8812-glava-9-domogospodarstvo-jak-subekt-rinkovihvidnosin.html>
8. Семененко В. М. Економічна теорія. URL: http://pidruchniki.com/17761007/politekonomiya/ekonomichna_teoriya_politekonomiy
9. Організація об'єднаних націй. URL: <https://www.un.org/ru/>

КРИПТОВАЛЮТИ ЯК ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ

Линь В. О.,

студент Миколаївського національного університету

ім. В. О. Сухомлинського

(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів,

Миколаївський національний університет

імені В. О. Сухомлинського)

До криптоактивів в наш час різні ставлення, хтось вважає їх бульбашкою, хтось опцією в банківській системі ось деякі думки з цього приводу:

«Коли щось у фінансовій системі зростає дуже швидко, причому зростає в практично нерегульованому просторі, органам фінансової стабільності варто прокинутися і звернути на це увагу», – стверджує заступник керівника Банку Англії Джон Канліф [1].

«Банківська система у співпраці із сферою віртуальних активів здатна розширити власні можливості залучення додаткових активів у довгостро-

ковій перспективі», – вважає заступник міністра цифрової трансформації з питань розвитку ІТ-сфери Олександр Борняков [2].

Чим же ж є криптовалюта: цінність чи фінансовий інструмент?

Криптовалюта (від англ. *cryptocurrency*) – різновид цифрової валюти, емісія та облік якої виконується децентралізованою платіжною системою повністю в автоматичному режимі (без можливості внутрішнього або зовнішнього адміністрування) [3].

Отже, переваги криптовалюти в тому, що:

- два учасники обміну можуть здійснити анонімний обмін;
- низька комісія транзакції;
- великий вибір криптовалют.

За даними криптовалютної біржі Gemini, близько 14 % населення США володіють криптовалютами, такими як Біткойн або Ефір. Дослідження Gemini's виявило, що близько 13 % опитаних мають наміри придбати цифрові активи протягом наступних 12 місяців [4].

Популярність криптоактивів зростає навіть на фоні регулярних негативних висловлювань скептиків, ось наприклад, думка про криптовалюту від голови ЕЦБ, пані Крістін Лагард: «Криптовалюта – це не валюта. Крапка. Криптовалюти – це дуже спекулятивні активи, які заявляють про себе як про валюту, але не є такою. Це не валюта» [5].

Одним із факторів інвестиційної привабливості цифрових активів - є неймовірні показники зростання курсу. З березня 2016 року курс «цифрового золота» до сьогодні зріс на 14730 %. А ще більш неймовірніше в контексті популярного порівняння зі справжнім золотом, що за аналогічний термін показало результат – 42 % приросту.

А п'ять років тому, ринкова капіталізація коливалась на позначках 12–13,5 млрд доларів США, порівняно з теперішніми показниками в 2,3 трлн доларів США [6].

Звісно, такі показники мають свої пояснення. Першим є те, що ринок криптоактивів не врегульований і спекулятивний, останні п'ять років курс біткоїна падав на 10 % за день, майже у 30 разів.

Таблиця 1

Курс біткоїна, дол. США \$

Роки	Березень	Червень	Вересень	Грудень
2016	416,03	673,49	608,99	973,77
2017	1088,99	2455,19	4399,00	13863,13
2018	6928,50	6383,19	6605,00	3691,86
2019	4094,99	10761,26	8304,96	7165,72
2020	6424,35	9136,20	10779,63	28990,08
2021	58800,00	35060,00	43824,83	

Лише один твіт Ілона Маска в середині травня 2021 року зумів обвалити курс біткоіна на 10 %. А 7 вересня 2021 року після новини про легалізацію криптоактивів у Сальвадорі курс втратив 12 % [7].

Але вартість цифрових активів також реагує на позитивні для себе новини, наприклад, після новин про придбання біткоінів на суму 1.5 млрд доларів США компанією Tesla, вартість головної криптовалюти зросла на 13 % [8].

На прикладі цих подій, можна зробити висновок про наявність спекулятивних маніпуляцій на фоні негативної чи позитивної новини, що очевидно, є негативною стороною цього ринку, тим паче на тлі випадків багатомільярдних сум ліквідацій позицій учасників ринку.

Однозначного шляху врегулювання криптовалютних активів поки, що немає, так як, зазначено вище, криптовалюта є децентралізованою. Тому деякі держави як: КНР, Туреччина та Сінгапур встановлюють вето на цифрові активи, або як уряди Японії та Південної Кореї оподатковують операції з криптоактивами. Але в більшості країн питання щодо криптовалют є відкритим.[9], [10]

В підсумку, варто зазначити, що криптоіндустрії та криптоактивам загалом, тільки 12 років, і за цей час вона встигла стати потенційною загрозою для грошової системи. І ігнорувати цю тему немає сенсу, так як це може бути наше майбутнє, так і причина чергової фінансової кризи, як в свої часи так сталося з іпотечними облігаціями, хоча із за відсутності значної ролі криптоактивів у фінансовій системі це малоймовірно.

Список використаних джерел

1. Crypto could cause 2008-level meltdown, Bank of England official warns URL: <https://www.cnbc.com/2021/10/14/crypto-could-cause-2008-level-meltdown-bank-of-england-official-warns.html> (дата звернення 19 жовтня 2021р.)
2. Борняков О. ТанDEM віртуальних активів та банківського сектору – фінансовий тренд майбутнього. 2021 URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/02/24/671304/> (дата звернення 19 жовтня 2021р.)
3. Вікіпедія URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%B0> (дата звернення 19 жовтня 2021р.)
4. Gemini – 2021 State of Crypto in the US. 2021 URL: <https://www.gemini.com/state-of-us-crypto> (дата звернення 19 жовтня 2021 р.)
5. Федоров М. «Цифровий долар, гривня, євро – суть складнощів і можливості». 2021 URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/501070/myhajlo-fedorov-tsyfrovyj-dollar-gryvnya-yevro-sut-skladnoshhiv-i-mozhlyvosti> (дата звернення 19 жовтня 2021р.)
6. Crypto could cause 2008-level meltdown, Bank of England official warns URL: <https://www.cnbc.com/2021/10/14/crypto-could-cause-2008-level-meltdown-bank-of-england-official-warns.html> (дата звернення 19 жовтня 2021 р.)

7. BBC News. Маск завдав удару біткоїнам. Чому Tesla відмовляється від них. 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-57088704>

8. Ткачук Б. «Tesla купила біткоїнів на \$1.5млрд і планує продавати за них автомобілі. Курс криптовалюти злетів до нового рекорду.» 2021 URL: <https://hromadske.ua/posts/tesla-kupila-bitkoyiniv-na-dollar15-mlrd-i-planuye-prodavati-za-nih-avtomobili-kurs-kriptovalyuti-zletiv-do-novogo-rekordu> (дата звернення 19 жовтня 2021 р.)

9. Bloomberg News. China Widens Ban on Crypto Transactions; Bitcoin Tumbles. 2021. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-09-24/china-deems-all-crypto-related-transactions-illegal-in-crackdown?srnd=premium-europe> (дата звернення 19 жовтня 2021 р.)

10. Дем'янюк М. Як у світі регулюють криптовалюти і коли цього очікувати в Україні. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/1/668690/> (дата звернення 19 жовтня 2021р.)

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В КРАЇНІ

Марчук М. С.,

студент Волинського національного університету
імені Лесі Українки

(науковий керівник – **Проць Н. В.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри фінансів Волинського національного університету
імені Лесі Українки)

Концепція довгострокового соціально-економічного розвитку України передбачає підвищення ефективності податкової політики, яка реалізується через функціонування системи оподаткування. Посилення стимулюючого впливу системи оподаткування на розвиток економіки є пріоритетним напрямком України на найближчі роки, а конкурентоспроможність системи оподаткування – ключовим принципом побудови конкурентоспроможного міжнародного фінансового простору.

У ринкових умовах податки – найважливіше джерело наповнення бюджету країни. Однак надмірне податкове навантаження на економіку в цілому і на суб'єктів підприємницької діяльності зокрема, робить їх інструментом стримування підприємницької активності, перешкодою до залучення інвестицій. Зважаючи на це, актуальність дослідження стосується дослідження впливу податкового навантаження на інвестиційний клімат в країні.

Проведемо оцінку рівня податкового навантаження в Україні за допомогою даних, сформованих за методикою Світового банку (табл. 1).

**Динаміка рівня податкового навантаження в Україні
за методикою Світового банку за період 2016–2020 рр.***

Роки	Рейтинг інвестиційної привабливості	Показники легкості введення бізнесу	Показники важкості сплати податків	Кількість податкових платежів, шт.	Час, необхідний для розрахунку та сплати податків	Сукупна податкова ставка, % від прибутку
2016	130	152	181	135	657	40,1
2017	134	137	165	28	491	37,8
2018	131	112	164	28	390	37,4
2019	128	87	106	5	350	36,9
2020	129	83	107	5	350	36,5

*Складено автором [4]

Відповідно до проведеного аналізу, існує пряма залежність між показником складності сплати податків і рейтингом інвестиційної привабливості в Україні. Отже, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що податкова система, що діяла протягом 2018–2019 рр., була більш сприятлива для розвитку фінансової діяльності в Україні, аніж теперішня.

Практика засвідчує, що надмірний податковий тягар сприяє виникненню ситуації, коли платник хоче перенести його частину на інших суб'єктів або уникнути сплати податків.

По оцінкам економістів, в благополучних країнах Євросоюзу частка тіньової економіки постійно зростає. У Скандинавських країнах вона становить 10–18 % від реального ВВП, в Середземномор'ї – 20–25 %, в колишніх країнах соцтабору – 36–39 %, а в Україні – взагалі 57 % [1; 3]. Тому, перед урядами країн постійно стоїть дилема: збільшити податковий тиск (як компенсацію розвитку тіньового сектора) або встановити оптимальне податкове навантаження (стимулювати економіку). Для досягнення визначеної мети в короткостроковому періоді в більшості випадків застосовується стратегія збільшення тиску при декларуванні оптимізації податкового навантаження.

Динаміку індексу інвестиційної привабливості України у 2016–2020 рр., що формує European Business Association представлено на рис. 1. Дані рисунка свідчать про те, що індекс інвестиційної привабливості України з 2017 року в рік знижується. Це підтверджує і більшість міжнародних індексів інвестиційної привабливості у глобальному вимірі.

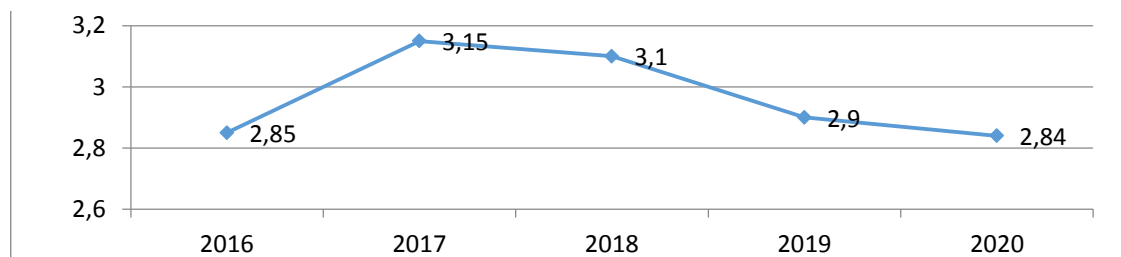


Рис. 1. Динаміка інвестиційної привабливості України у 2016–2020 рр. (рейтинг ЕВА) [2]

Таким чином, можемо констатувати, що реформування податкової системи, яке відбулося внаслідок прийняття Податкового кодексу України, покращило податковий клімат в країні. Проте, на інвестиційну привабливість ці реформи не надто вплинули. Саме тому, на сьогоднішній день, необхідно продовжувати рухатись в напрямку зниження податкового навантаження на реальний сектор економіки з метою підвищення рівня національного виробництва, конкурентоспроможності продукції, експорту товарів і послуг.

Список використаних джерел

1. За год теневой сектор экономики Украины вырос на 20 %. URL: <http://tsn.ua>.
2. Индекс инвестиційної привабливості України. URL: <http://www.eba.com.ua>.
3. Міністерство фінансів України. URL: <http://minfin.gov.ua>.
4. Doing Business 2020. Світовий банк. 2020. URL: <https://www.doingbusiness.org>.

ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Корх Н. С.,

студентка Волинського національного університету

ім. Лесі Українки

(науковий керівник – **Проць Н.В.**, к.е.н, доц. кафедри фінансів

Волинського національного університету

ім. Лесі Українки)

На сьогодні Україна для налагодження співпраці та забезпечення вступу в ЄС повинна провести низку реформ. Однією з найбільш важливих серед них визначено реформу децентралізації управління, яка відкриває шлях до подальших прогресивних перетворень. Наявність достатніх фінансових ресурсів у місцевих бюджетах є основою того, що територіальна громада має можливість виконувати соціальну функцію держави з урахуванням вимог сучасного суспільства, тобто надавати якісні послуги жителям громад, реалізовувати соціальні та інфраструктурні проекти, створювати умови для розвитку підприємництва та залучення інвестицій, розробляти програми місцевого розвитку та фінансувати інші заходи для всебічного покращення умов проживання.

Теоретичні аспекти про сутність, значення та завдання місцевих бюджетів, фінансової автономії та фінансового вирівнювання досліджували в своїх працях зарубіжні та українські вчені, зокрема: А. Вагне, Р. Кауфман, Р. Масгрейв, У. Оутс, В. Андрущенко, В. Базилевич, А. Ткачук, О. Кириленко. Проте у вітчизняній літературі залишається актуальним питання, пов'язане з розвитком місцевих бюджетів в умовах системних трансформацій в економіці з урахуванням фінансової децентралізації.

Фінансова децентралізація полягає у передачі повноважень та фінансових ресурсів від державної влади до органів місцевого самоврядування, зміцнення власних доходів місцевих бюджетів, встановлення прозорих та формалізованих процедур надання бюджетних трансфертів бази є важливим у фінансовому забезпеченні місцевого самоврядування.

Реформа децентралізації триває з 2014 року має такі результати [1]:

– врегульовано нормативно-правову базу, а саме: прийнято Закони про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України, Закон «Про співробітництво територіальних громад», Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад», Постановою Кабінету Міністрів України від 8.04.2015 р. № 214 затверджено Методику формування спроможних територіальних громад;

– згідно ст. 64 Бюджетного Кодексу України до бюджетів територіальних громад надходить: податок на доходи фізичних осіб; місцеві податки та збори; акцизний податок з роздрібною торгівлі; податок на прибуток установ комунальної власності; платежі за надання адміністративних послуг; екологічний податок (25 %). Завдяки фінансовій децентралізації органи місцевого самоврядування мають змогу формувати базу оподаткування, визначати ставки місцевих податків та зборів, надавати податкові пільги;

– за 2015–2021 рр. ліквідовано 490 районів та добровільно створено 1469 територіальних громад, до складу яких увійшли близько 4500 колишніх місцевих рад;

– з 2014 р. по 2020 р. доходи місцевих бюджетів в період зросли на 206,4 млрд грн: з 68,6 млрд до 289,9 млрд грн. Загальний обсяг доходів місцевих бюджетів у 2020 р. становив 471,5 млрд грн, що на 89 млрд грн менше ніж у 2019 р. Найбільші надходження місцеві бюджети у 2020 році мали від: ПДФО та військового збору – 38 %; міжбюджетних трансфертів – 34 %. Загальний обсяг видатків місцевих бюджетів у 2020 р. склав 522,5 млрд грн, що на 43,7 млрд грн менше від обсягу видатків, проведених у 2019 році. Найбільш вагому частку у структурі видатків місцевих бюджетів 2020 займають видатки на освіту, які у структурі місцевих бюджетів охоплюють – 38,2 % [2].

Отже, система формування доходів місцевих бюджетів має недостатній рівень власних доходів і велику частку трансфертів у дохідній частині місцевих бюджетів. Однак, для досягнення розвитку регіонів необхідно провести ряд заходів [3]:

– створення спроможних органів місцевого самоврядування, що ефективно виконуватимуть законодавчо визначені власні та делеговані державою повноваження;

– завершити реформування системи охорони здоров'я, освіти, соціального захисту та адміністративно-територіальну реформу з огляду на пріоритетність принципів децентралізації та субсидіарності;

– створення умов для розвитку малого та середнього бізнесу через впровадження європейських стандартів;

– максимально залучати суспільство до прийняття управлінських рішень та забезпечити відкритість органів місцевого самоврядування та їх підзвітності населенню;

– забезпечити вирівнювання територіальних фінансових диспропорцій та надання якісних адміністративних і соціальних послуг населенню;

– підвищити попит на муніципальні цінні папери шляхом стимулювання потенційних інвесторів.

Реалізація реформи бюджетної децентралізації повинна забезпечити достатній рівень автономії органів місцевого самоврядування, знайти додаткові власні ресурси, активізувати внутрішній потенціал розвитку, збалансувати повноваження центральних та місцевих органів влади, збільшити власні доходи місцевих бюджетів для надання суспільних послуг та благ відповідно до потреб місцевого населення.

Список використаних джерел

1. Фінансова децентралізація в Україні. URL: <https://decentralization.gov.ua/about>

2. Структура місцевих бюджетів у 2021 р. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/>

3. Бугіль С. Я. Пріоритети фінансової децентралізації в забезпеченні сталого розвитку територіальних громад України. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 28 (2). С. 83–87. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/28_2_2018/19.pdf

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НЕКВАЛІФІКОВАНИХ ІНВЕТОРІВ В УКРАЇНІ

Шишкова Д. С.,

учениця Комунального закладу освіти

«Фінансово-економічний ліцей наукового спрямування при Університеті митної справи та фінансів»

Дніпровської міської ради

(науковий керівник – **Корягіна Т. В.**, к.держ.упр., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Під час пандемії активність індивідуальних (некваліфікованих) інвесторів у світі значно зросла паралельно із динамічним зростанням на світових ринках акцій та розумінням, що скоординовані у медіа-просторі дії таких інвесторів можуть впливати на ціноутворення акцій окремих емітентів (GameStop) більш суттєво, ніж дії великих хедж-фондів та інших професійних інституційних інвесторів, хоча правові наслідки такого впливу межують з маніпулюванням ринком.

За даними Broker Chooser [1], лише за 2019-2020 рр. кількість клієнтських рахунків в провідних онлайн-брокерів США зросла втричі. У 2021 р. лише ТОП-5 американських брокерських веб-платформ (Fidelity, Vanguard,

Schwab, Webull, Robinhood) обслуговували понад 120 млн торгових рахунків інвесторів з усього світу (лідер – 32,5 млн) [2]. Ця тенденція є глобальною та поширюється не тільки на розвинуті ринки, але й на ринки, що розвиваються.

Натомість на фондовому ринку України поки що непомітний тренд до зростання ролі некваліфікованих інвесторів. Первісний інтерес українців до інвестицій у акції українських емітентів та деривативи на фондові індекси був задоволений завдяки впровадженню інтернет-трейдингу у 2010–2011 рр., але деградація ліквідності та інструментарію ринку акцій в Україні зумовила звуження кола онлайн-інвесторів з 10 тис (в т. ч. 2 тис активних) практично до нуля. Популяризація у 2020–2021 рр. інвестицій населення у ОВДП через веб-застосунки банків та інвестиційних фірм є доволі позитивним чинником, але не забезпечує розвиток ринку недержавних цінних паперів; навіть інтерес до іноземних акцій, допущених до обігу в Україні, залишається епізодичним.

Фінансові ресурси населення концентруються або у традиційних напрямках (депозити, нерухомість, валюта), або у інструментарії зовнішніх фінансових ринків (і не стільки у цінних паперах іноземних емітентів, застосування яких в останні роки стимулюється державою, скільки у найбільш ризикованих активах, у т.ч. криптовалюти), натомість внутрішні фінансові інститути та їх інструменти майже не користуються попитом [6], не в останню чергу через недовіру до національної валюти. Це помітно і у структурі вкладень у держоблігації: на відміну від інших інвесторів (навіть нерезидентів), фізичні особи переважно інвестують у валютні ОВДП, хоча їхня доходність у 2017–2021 рр. значно нижче за доходність гривневих ОВДП [7].

Причини такої ситуації: 1) низька платоспроможність населення (обмеженість ресурсів для інвестування); 2) недостатня фінансова грамотність (цим активно користуються зловмисники, попри зростаючий перелік виявлених скам-проектів); 3) мізерна ліквідність та відсутність справедливого ціноутворення; 4) умовність механізмів захисту прав міноритаріїв (особливо помітна під час сквіз-ауту); 5) нерозвиненість пенсійних фондів та специфічність вкладень ІСІ (домінування венчурних інвестицій); 6) обмеженість послуг щодо прямого доступу до торгів; 7) дефіцит привабливого фінансового інструментарію; 8) надмірні трансакційні витрати; 9) загальна неефективність інфраструктури, у т. ч. інформаційно-аналітичної, через необхідність обслуговувати переважно неліквідні та непривабливі інструменти. Більшість цих причин мають системний характер та можуть бути усунені лише паралельно із загальним розвитком національної економіки та фінансових ринків. Проте окремі проблеми мають достатньо локальний характер та можуть бути вирішені реально, а не лише на рівні державних концепцій та програм.

Отже, напрямами активізації інвестиційної діяльності некваліфікованих інвесторів на ринках капіталу України мають стати: вдосконалення стимулюючої нормативно-законодавчої основи; розгалуження інформаційно-аналітичної інфраструктури (що зможе у перспективі підвищити рі-

вень фінансової грамотності, спростити для некваліфікованих інвесторів вибір прийнятних напрямів інвестування та візуалізувати наявні ризики); підвищення фінансової грамотності некваліфікованих інвесторів; розширення фінансового інструментарію; подальше підвищення державного регулювання учасників ринків капіталу; зменшення трансакційних витрат.

Список використаних джерел

1. Differences between US and EU brokerage markets. BrokerChooser (2021). URL: https://brokerchooser.com/uploads/files/blog-posts/rising-user-bases-decreasing-revenues-at-brokers/BrokerChooser_Rising_user_numbers_decreasing_profits_at_US_brokers.pdf

2. Factbox: The U.S. retail trading frenzy in numbers. Reuters (2021). URL: <https://www.reuters.com/article/us-retail-trading-numbers-idUSKBN29Y2PW>

3. World Bank Open Data World Bank. URL: <https://databank.worldbank.org>

4. Europe's cautious savers catch on to share-dealing craze. Financial Times (2021). URL: <https://www.ft.com/content/31c4d453-498e-4cc2-b14f-d7e8b17b9221>

5. Indian retail investors dabble in stocks directly, ditching mutual funds. Economic Times (2021). URL: <https://economictimes.indiatimes.com/markets/stocks/news/indian-retail-investors-dabble-in-stocks-directly-ditching-mutual-funds/articleshow/81193013.cms>

6. Звіти про діяльність. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/about-us/annual-reports>

7. ОВДП, які знаходяться в обігу за номінально-амортизаційною вартістю. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial>

ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Деркач О. О.,

студентка Волинського національного університету імені

Лесі Українки

(науковий керівник – **Проць Н. В.**, к.е.н, доц. кафедри фінансів
Волинського національного університету імені Лесі Українки)

Місцеві бюджети відіграють важливу роль як у розвитку певного регіону, так у розвитку країни в цілому. Вони забезпечують фінансовий розвиток територій держави, виявляють ефективність впливу місцевих органів влади на розвиток економічного потенціалу цих територій. В умовах реформування бюджетної системи шляхом децентралізації важливим показником ефективності таких змін актуальним є аналіз доходів місцевих бюджетів, виявлення проблем та шляхів їх вирішення. Питаннями щодо формування місцевих бюджетів займалися такі науковці: Н. І. Власюк,

О. О. Сунцова, Ю. В. Пасічник, О. П. Кириленко, О. І. Кремень, В. М. Кремень, В. М. Федосов, Н. Г. Чуйко, С. І. Юрій та ін.

У Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено, що бюджет місцевого самоврядування (місцевий бюджет) - план утворення і використання фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення функцій та повноважень місцевого самоврядування [1]. В Україні процес децентралізації розпочато 2014 року, який дав змогу розширити дохідну частину місцевих бюджетів за рахунок збільшення ставки відрахувань окремих податків, а також передачі частини податків виключно на місцевий рівень. Зокрема, передано з державного бюджету на місця: 10% податку на прибуток підприємств, плата за землю в частині податку на майно, збори з роздрібного продажу підакцизних товарів за ставкою 5% вартості реалізованого товару, єдиний податок, транспортний податок, 80% екологічного податку, 25 % плати за надра [2].

Розглянемо структуру дохідної частини місцевих бюджетів. Для аналізу використаємо дані Державної казначейської служби України про виконання бюджетів 2014–2020 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Склад та структура доходів місцевих бюджетів України, млн грн

Роки	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Показники							
Податкові надходження	87333,6	98218,3	146902,2	201005,1	232532,9	270545,8	285571,5
Неподаткові надходження	12257,2	20148	21859,2	25973	28033,5	26108,4	21464,4
Доходи від операцій з капіталом	1127,7	1628,1	1402,5	1873,6	2143,5	2928,8	3473,1
Частка власних доходів, %	43,5	40,8	27,6	45,6	46,7	53,4	65,9
Офіційні трансферти	101101,1	173980	195395,3	272603	298939,7	260302	160177
Частка офіційних трансфертів, %	46,5	59,2	31,7	54,4	53,3	46,6	34,1
Разом	231702	294460,2	616283,2	502098,2	562421,8	560531,3	471481,8

Джерело: складено автором на основі [3]

Загалом у 2014–2020 рр. помітне збільшення податкових надходжень місцевих бюджетів України із 87333,6 млн. грн. до 285571,5 млн. грн. Незначна фіскальна роль відводиться такій статті доходів місцевих бюджетів України як неподаткові надходження та доходи від операцій з капіталом, оскільки вони складають найменшу суму від загального обсягу доходів. Висока частка трансфертів у доходах місцевих бюджетів свідчить про посилення централізації бюджетних ресурсів та залежність місцевих бюджетів від дій і рішень центрального уряду.

Незважаючи на збільшення доходів місцевих бюджетів існують певні проблеми забезпечення місцевих бюджетів в умовах децентралізації:

- високий рівень офіційних трансфертів, що вказує на залежність від державного бюджету;
- недосконалість нормативно-правової бази;
- низький рівень контролю за ефективним використанням коштів місцевих бюджетів;
- низька зацікавленість працівників органів місцевого самоврядування в збільшенні надходжень до місцевих бюджетів;
- слабка розмежування цілей, функцій та завдань органів влади тощо [4].

Отже, місцевим бюджетам відводиться велика роль у формуванні соціально-економічного розвитку держави. Формування дохідної частини місцевих бюджетів відбувається у досить складних умовах. Незабезпечення фінансової автономії місцевого самоврядування, а саме обмеженість фінансових ресурсів і нестабільність дохідних джерел стали актуальною і гострою проблемою. На нашу думку, необхідно вжити наступні заходи: чітко розподілити компетенції між органами державної та місцевої влади; надати органам місцевого самоврядування права регулювати ставки місцевих податків, зборів до своїх бюджетів, залучення кредитних ресурсів; посилити контроль за використанням бюджетних коштів тощо.

Список використаних джерел

1. Про місцеве самоврядування. Закон України Про місцеве самоврядування в Україні від 21.05.1997 № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 28.09.2021)
2. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин. Закон України від 28.12.2014 р. № 79-VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79-19>
3. Державна казначейська служба України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua>(дата звернення: 28.09.2021)
4. Трещов М. Ресурсне забезпечення місцевих бюджетів України в умовах децентралізації влади. Державне управління та місцеве самоврядування. Вип.2(33). 2017.С.136-141

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОТГ

Бенедесюк С. О.,

студент Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
(науковий керівник – **Корчагіна В. Г.**, к.е.н,
доцент кафедри управління та адміністрування
Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»)

Проведення реформи децентралізації органів місцевого самоврядування дало поштовх до зміни системи фінансування сільських та селищних рад. Такі зміни в ході проведення децентралізації та створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ) надають можливість для забезпечення виконання місцевим органам самоврядуванням своїх повноважень і функцій.

Місцеве самоврядування є правом територіальної громади (жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища, міста) самостійно вирішувати питання місцевого самоврядування в межах вітчизняної нормативно-законодавчої бази [1]. Ефективна й результативна діяльність ОТГ неможлива без чіткої організації їхньої роботи та обов'язкового дотримання вимог нормативно-правового забезпечення. Разом з тим не менш важливим залишається питання адекватного грошового забезпечення та врегулювання актуальних питань фінансових взаємозв'язків між всіма суб'єктами децентралізації. Саме фінансовий аспект в процесі проведення децентралізації є одним із найсуттєвіших, від якого у великій мірі залежить і успішність функціонування ОТГ.

Реформа адміністративно-територіального устрою в напрямку фінансової децентралізації передбачають певну фінансову, організаційну та управлінську незалежність територіальної громади від центральних органів влади та їх рішень. Така автономія передбачає збалансований економічний, соціальний та екологічний розвиток на основі сталого (невиснажливого, довготривалого, підтримуваного) використання ресурсів [2, с.42].

Запорукою зміцнення економічного потенціалу територіальних громад стають відповідні управлінські рішення керівництва ОТГ щодо посилення чинників формування стану місцевих бюджетів за рахунок використання наявних та потенційних шляхів надходжень фінансових ресурсів територій, раціонального та ефективного їх розподілу, підвищення зацікавленості мешканців громади у розвитку.

Комплексний показник фінансової спроможності територіальної громади складається з бюджетної спроможності (здатність громади забезпечувати фінансування реалізації основних повноважень органів місцевого самоврядування базового рівня коштом доходів бюджету громади), фінансової спроможності домогосподарств (як здатність забезпечувати фінансування потреб усіх його членів), фінансової спроможності суб'єктів господарювання (передбачає їх стабільний фінансовий стан і здатність до сталого економічного розвитку) [3, с.271].

Фінансово-економічний потенціал ОТГ формується суб'єктами економіки та населенням. Сьогодні територіальна громада виступає суб'єктом створення особливих переваг та умов для розвитку бізнесу, відмінних від умов в інших громадах. Відтак формування фінансового потенціалу та економічний розвиток в контексті забезпечення його з боку органів місцевого самоврядування включає наступні задачі: пошук потенційних інвесторів та їх стимулювання до спрямування капіталу на територію громади та створення додаткових робочих місць і збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету; покращення соціальних умов та економічного розвитку на рівні громади для збереження та підвищення рівня конкурентоспроможності громади.

Найпоширенішим джерелом фінансування програм місцевого економічного розвитку є фінансування саме за рахунок органів місцевого самоврядування та центрального рівня. Важливим джерелом, яке може бути залучене зі сторони органу місцевого самоврядування, є приватні фінанси. У забезпеченні економічного розвитку ОТГ часто важливу роль відіграють переважно представників місцевого бізнесу.

Бюджетний потенціал виступає основним складником фінансового потенціалу територіальних громад, а удосконалення механізмів оподаткування в контексті забезпечення фінансової спроможності таких громад є особливо важливим. Формування фінансово-економічного потенціалу територіальної громад передбачає формування підприємницького середовища як джерела фінансової спроможності. Основними підходами до формування підприємницького середовища в територіальних громадах за рахунок використання повноважень органів місцевого самоврядування є: встановлення місцевих податків та зборів; ефективне розпорядження комунальною власністю; зменшення юридичних перешкод у сфері розпорядження землею; формування планів розвитку земель, які б точно визначали правила просторового управління, виражаючи концепцію соціально-економічного розвитку громади та інше.

Органи місцевого самоврядування як представники територіальних громад мають в руках інструменти забезпечення економічного розвитку території та формування фінансового потенціалу громади, що дозволяє їм ефективно виконувати свої функції.

Список використаних джерел

1. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997р. №280/97-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-vr> (дата звернення: 15.10.2021).
2. Ухаль К. В. Методичні засади дослідження соціально-економічного потенціалу регіону. Український географічний журнал. 2013. № 3. С. 40–45.
3. Ситник Н. С., Стасишин А. В., Західна О. Р. Фінанси об'єднаних територіальних громад: навчальний посібник. Львів: ЛНУ, 2019. 536 с.

УПРАВЛІННЯ ВІДСОТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Асланова К. Р.,

студент Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
(науковий керівник – **Щедрина М. А.,**
ст. викладач кафедри управління та адміністрування
Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»)

В умовах сучасного розвитку економіки для будь-якого підприємства завжди пріоритетом виступає ефективність та можливість контролювати фінансово-економічну діяльність, яка безпосередньо здійснюється. Однією з актуальних проблем економіки нині є формування кредитної політики комерційних банків при кредитуванні. Адже саме банки як фінансові посередники, відіграють надзвичайно важливу роль в економічних процесах.

Головним чинником банківської діяльності є перш за все кредитування, тобто саме від здійснення кредитних операцій банківські установи одержують найбільшу частину доходів.

У науковій літературі існують декілька визначень суті кредиту, які в свою чергу відображають окремі його риси, склад учасників кредитного процесу, стадій руху позичкового капіталу тощо. На практиці кредит визначають як: взаємини між кредитором і позичальником; рух платіжних засобів за умови повернення; рух позичкової вартості; рух позичкового капіталу. Виникнення кредиту обумовлене розвитком грошово-кредитних відносин. Конкретними причинами, що обумовлюють необхідність кредиту, є коливання потреби у коштах та джерелах їх формування у юридичних і фізичних осіб. Коли в одних кошти вивільняються, іншим їх не вистачає. Ця суперечність розв'язується за допомогою кредиту, який необхідний позичальнику для повного забезпечення власних потреб. Довіра є невід'ємною, проте не вирішальною властивістю, що розкриває суть кредиту як виду економічних відносин. Вона є передумовою формування і руху вільних грошових ресурсів. Основою розвитку кредиту як економічного явища є достатня платоспроможність суб'єктів економічних відносин.

Згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» банківською діяльністю називається залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб та розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик, відкриття і ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб [1].

Основними напрямками ресурсної політики комерційного банку є акумуляція тимчасово вільних грошових коштів економічних суб'єктів, формування власного капіталу банку, розміщення банківських ресурсів у сфери найефективнішого їх використання для отримання максимального прибутку.

Розглядаючи напрями ресурсної політики банку, слід зазначити, що два перших пов'язані з акумуляцією банківських пасивів (депозитів, позичених та власних коштів), а третій передбачає трансформацію цих пасивів у кредити та інвестиції, за рахунок чого створюється промисловий та торговий капітал.

З одного боку кредит позитивно впливає на розвиток національної і світової економіки. Адже за допомогою кредиту розширюються масштаби функціонування капіталу, він стає більш гнучким і мобільним, що дає змогу йому швидше рухатись від одних підприємств, галузей, регіонів, країн до інших. Крім того, кредит сприяє прискоренню процесу централізації капіталу, що стимулює розвиток продуктивних сил, підвищує темпи розвитку та ефективність економіки. Без кредиту значно ускладнюється процес переливу капіталу з одних галузей в інші. Кредит же полегшує цей процес і в результаті впливає на об'єм та структуру грошової маси, платіжного обороту, швидкість грошового обороту.

З іншого боку ситуація в країні на сьогодні зумовлює найбільшу загрозу виникнення проблеми масового неповернення кредитів, нестабільного курсу гривні, внаслідок чого населення починає у великих обсягах переводити свої заощадження в іноземну валюту, а це також сприяє посиленню кризових явищ в економіці; неадекватна депозитна політика банків, які на сьогоднішній день пропонують вкладати кошти під завищені відсотки. Все це вказує на необхідність вжиття рішучих та ефективних заходів для зниження кредитних і ринкових ризиків банків та підтримання їх фінансової стійкості [2, с.1368].

Для мінімізації можливих втрат банків під впливом кредитного ризику необхідною є розробка та впровадження відповідних превентивних заходів: більш ґрунтовну перевірку кредитної історії кожного позичальника, відмова від так званих швидких кредитів, застосування більш прозорих та ефективних методик перевірки платоспроможності та кредитоспроможності позичальників, створення більш жорстких обмежень щодо максимальних розмірів кредитної угоди, пошук ефективного балансу між ризикованістю та прибутковістю інвестиційних проектів.

Для мінімізації можливих втрат банків необхідно застосовувати більш жорстокі методи, ретельно перевіряти кредитну історію кожного позичальника, відмовляти від, так званих, швидких кредитів, перевіряти платоспроможність та кредитоспроможність позичальників, шукати ефективний баланс між ризикованістю та прибутковістю інвестиційних проектів.

Список використаних джерел

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000р № 2121-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>
2. Бондаренко Л. А. Загальний підхід до концепції та організації управління кредитним ризиком комерційного банку. Економіка: проблеми теорії та практики. Вип. 193. Т. 5. Дніпропетровськ : ДНУ, 2011. С. 1367–1372.

ТРАМПНОМІКА І ПРОЦЕСИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДЕЗІНТЕГРАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Товпига Є. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Палешко Я. С., к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Університету митної справи та фінансів)

Дезінтеграція – процес скорочення взаємодії країн, розпад зв'язків, що були сформовані, структур, інститутів, що веде до відокремлення в сфері уже інтегрованих господарських структур [4].

Найбільш яскравим прикладом економічної дезінтеграції вважається зовнішньоекономічна політика Дональда Трампа в Сполучених Штатах Америки. Основні характеристики політики президента:

– угода Транстихоокеанське партнерство (ТТП) – відкликання підпису США;

– залишення процесу переговорів зі створення Трансатлантичного торговельного та інвестиційного партнерства (ТТІП) між Сполученими Штатами Америки та Євросоюзом;

– новий погляд на Північноамериканську угоду, сутність якої – вільна торгівля (Нафта);

– започаткування нових санкцій для імпорту сталі та алюмінію, а також атаку на Світову організацію торгівлі (СОТ) в загальному [3].

Транстихоокеанське партнерство (ТТП). Починається з 2005 року. В 2008 було приєднано ряд країн. ТТП полягає у ряді заходів на зменшення тарифних і нетарифних торговельних санкцій, а також механізм усунення суперечностей. Дональд Трамп у 2016 році відкликав усі погодженості США від даної угоди і наголосив, що торговельні шляхи з певними країнами буде узгоджувати індивідуально. Трамп вважав її жахливою, але після виходу США, країни, що залишилися виключили 20 положень на які наполягало раніше США. Тому інтереси США постраждали, в наслідку діям Дональда Трампа [2].

Трансатлантичне торговельне інвестиційне партнерство (ТТІП). Головні учасники – США і ЄС. Характеристики даної угоди:

– доступ до ринків;

– співпраця в сфері регуляторної політики;

– спрощені правила експортно-імпорتنих операцій та інвестицій;

– інституційні, загальні та заключні положення;

Дана угода передбачала скорочення тарифів на імпорт сталі і алюмінію скоротяться, і в той час коли Євросоюз виявляв бажання підтримувати дані умови, Дональд Трамп припинив повністю переговори по даній угоді чим ускладнив стосунки США і ЄС [2].

Північноамериканська угода про вільну торгівлю (НАФТА). Дана угода діє понад 20 років між країнами про вільну торгівлю нафтою. В одному із інтерв'ю Трамп наголосив, про те, що дана угода найгірша, яка тільки могла бути. Він зауважив, що буде вимагати перегляду умов, або

повного виходу США з угоди. У випадку виходу з даної угоди США зазнає негативних наслідків:

- зниження Мексиканського експорту, втрата 10 млн робочих місць – збільшення потоків емігрантів у США;
- дисбаланс основних галузей промисловості США – юридичні суперечності з конгресом [2].

Тарифи на імпорт сталі та алюмінію, які були запроваджені Трампом у 2018 році – започаткували новий напрям у зовнішньоекономічній політиці – атака на Світову організацію торгівлі. Дональд Трамп ознаменував його, як «катастрофа», яка не дозволяє вести бізнес у країні. За законом Трамп має право змінити тарифи без дозволу конгресу, але після детального вивчення питання, йому відповіли переглянути свої повноваження, так як дане рішення може призвести до негативних наслідків, а саме гостру реакцію торговельних партнерів США і відповідно скарги з боку світової торгівлі [2].

Отже, можна стверджувати про те, що Трамп обрав не найкращий шлях побудови економіки, а навіть загрозливий. Його дії пригнічують дискусії про політику економіки, він ігнорує історичні аспекти, аналітичні дані, підриває інституціональну цілісність процесу прийняття рішень. Його помилки в політиці стали більше постійними ніж поодинокими, але наслідки даних дій буде значно складно подати, а ще важче подолати [1].

Список використаних джерел

1. Новини України та світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/opinion/tri-pomilki-ekonomichnoji-politiki-trampa-50029037.html>
2. Процеси економічної дезінтеграції в сучасному світовому господарстві: монографія / О. І. Шнирков, А. С. Філіпенко, Н. В. Резнікова та ін.: за ред. О. І. Шниркова. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. – 159 с.
3. Made for minds [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/>
4. Явір В. А. Етнополітична інтеграція та дезінтеграція у сучасному світі: політико-правовий концепт. Київ: Логос, 2018. 468 с.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ

Щегельська А. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Фоменко В. К.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Заруцька О.П., д.е.н., професор

завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Університету митної справи та фінансів)

Вдосконалення систем управління ризиками у банківській системі є важливою науковою і практичною задачею. Ризиковані фінансові рішення мають сенс лише тоді, коли очікується значний позитивний результат ризикованої операції. Банки використовують сучасні математичні підходи

для дослідження статистики втрат і виявлення найбільших ризиків у діяльності. Складність інструментів оцінювання ризиків значно збільшилися протягом останніх років.

Відповідно до вимог Національного банку України [1], кожний банк має визначати у своїх внутрішніх документах допустимий рівень ризику (Risk Capacity). Допустимий рівень ризику характеризує максимальну величину ризику, яку банк може прийняти за всіма видами ризиків. Цей рівень залежить від розміру капіталу банку та систем управління ризиками.

Кожний банк визначає власну схильність до ризику за допомогою показників ризик-апетиту. Ризик-апетит визначається як сукупна величина за всіма видами ризиків та окремо за кожним із ризиків. Ризик-апетит розраховується в межах допустимого рівня ризику. Індивідуальний рівень ризик-апетиту до кожного з видів ризику є основою для встановлення лімітів.

Ризик-апетит до кожного з видів ризику визначається кількісними показниками, які залежать від виду ризику. На ризик-апетит впливають також якісні вимоги: банківська документація з управління ризиками, опис процесів банку, що визначають ключові точки, в яких банк може наражатися на суттєві ризики, кваліфікація персоналу банку.

Банки обирають моделі та інструменти оцінки ризиків з урахуванням бізнес-потреб, обсягу операцій, особливості діяльності. Кожний банк приймає рішення про доцільність прийняття окремих ризиків з метою досягнення стратегічних цілей та бізнес-плану.

Відповідно до сучасних нормативних вимог кожний банк повинен здійснювати комплексну оцінку таких суттєвих видів ризиків:

- 1) кредитний ризик;
- 2) ризик ліквідності;
- 3) процентний ризик банківської книги;
- 4) ринковий ризик;
- 5) операційний ризик;
- 6) комплаєнс-ризик;
- 7) інші суттєві види ризиків.

Кредитний ризик сучасних банків пов'язаний із накопиченням непрацюючих кредитів на балансах банків. Кредитний ризик є найбільшим ризиком для більшості банків.

Відповідно до вимог Національного банку України [1], банки організовують системи управління ризиками, які ґрунтуються на розподілі обов'язків між підрозділами банку із застосуванням моделі трьох ліній захисту:

Перша лінія захисту знаходиться на рівні бізнес-підрозділів банку та підрозділів підтримки діяльності банку. Ці підрозділи приймають ризики та несуть відповідальність за них і подають звіти щодо поточного управління такими ризиками.

Друга лінія знаходиться на рівні підрозділу з управління ризиками та підрозділу контролю за дотриманням норм.

Третя лінія захисту знаходиться на рівні підрозділу внутрішнього аудиту щодо перевірки та оцінки ефективності функціонування системи управління ризиками.

Одним із елементів системи управління ризиками є механізм кількісної та якісної оцінки ризиків.

При оцінці ризику, як правило, використовують чотири основні елементи:

- розмір ризику;
- якість управління ризиками;
- сукупний ризик;
- напрямок ризику.

Методичні підходи до управління ризиками банків постійно вдосконалюються. Національний банк України та банківські установи використовують сучасний світовий досвід та наукові дослідження для розробки внутрішніх положень та вдосконалення механізму визначення, оцінки та управління ризиками [2, 3, 4].

Список використаних джерел

1. Постанова Правління Національного банку України від 11 червня 2018 року № 64. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/LB18161.html (дата звернення 22.10.2021).

2. Гребенюк Н. В. Формування підходу до оцінювання ефективності банків України в сучасних умовах розвитку вітчизняної фінансової системи. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5847>.

3. Жарій Я. В. Інструментарій комплексного контролінгу в системі банківського ризик-менеджменту. Проблеми і перспективи розвитку економіки та управління. 2016. № 4. С. 302–309.

4. Коцюба І. І. Роль фінансового менеджменту в системі стратегічного управління банку. Наука й економіка. 2016. Вип. 1. С. 31–36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2016_1_7.

НЕПРЯМІ ПОДАТКИ У ДОХІДНІЙ ЧАСТИНІ БЮДЖЕТУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНИЙ ДОБРОБУТ

Круглякова В. В.,

доцент кафедри фінансового менеджменту

Львівського національного університету

імені Івана Франка, к.е.н.

Стахів С. Ф.,

студентка Львівського національного університету

імені Івана Франка

В умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки вплив держави на розв'язання питань щодо її економічного та соціального розвитку набуває нових характеристик. Поряд з проблемою якнайбільшого надходження фінансових ресурсів до бюджетів всіх рівнів задля здійснення функцій держави та підвищення добробуту населення, трансформації зазнає і використання важелів непрямого впливу, що передбачають здійснення впливу саме на пропорції розподілу грошових ресурсів на всіх етапах суспільного

відтворення. При цьому, важливу роль відіграє податкове регулювання, яке спрямовується на стимулювання чи стримування економічної активності внаслідок коригування пропорцій розвитку економіки країни.

Соціально-економічний розвиток держави, її достатнє фінансове забезпечення великою мірою залежать від розміру податкових надходжень, які становлять найбільшу частку поміж інших джерел надходжень до Державного бюджету України. Податкова система України в умовах її активного наближення до стандартів Європейського Союзу в більшій мірі характеризується переважанням непрямих податків, а саме ПДВ, мито та акцизний податок [1].

Детальніше про структуру непрямих податків і їх частку у податкових надходженнях державного бюджету впродовж 2016-2020 рр. відображено у таблиці 1.

Таблиця 1

Структура неподаткових надходжень до Державного бюджету України за 2016-2020 рр., млн грн

Доходи бюджету	2016	2017	2018	2019	2020
Усього:	616274,8	793265	928108,3	998278,9	1076016,7
Податкові надходження	503879,4	627153,7	753815,6	799776,0	851115,6
Непрямі податки:	345999,5	446815,7	520437,2	532134,1	569356,7
Акцизний податок з вироблених в Україні підакцизних товарів	55116,3	66303,7	71143,8	69897,1	80449,3
Акцизний податок з ввезених в Україну підакцизних товарів	35006,2	41989,7	47708,6	53460,8	57846,9
Податок на додану вартість з вітчизняних товарів	54052,7	63450,4	79130,9	88929,8	126486,6
Податок на додану вартість з імпортних товарів	181453,3	250530,2	295377,3	289760,4	274113,5
Ввізне мито	19870, 0	23898,4	26560,4	29855	30203,2
Вивізне мито	501	643,5	516,2	230,6	257,3

Джерело: складено авторами на основі [2].

Аналізуючи дані з таблиці, можна зробити висновок: у частці податкових надходжень непрямі податки відіграють основну роль. За даними Державної казначейської служби, в структурі доходів державного бюджету України у 2020 р. частка непрямих доходів становила близько 53%. При

цьому найбільшу частку становлять надходження від ПДВ, а саме ПДВ з імпортованих товарів. Дані 2018–2020 рр. свідчать, що на другому місці є надходження від ПДВ з вітчизняних товарів, хоча ще у 2016–2017 рр. другу позицію займав акцизний податок з вироблених в Україні товарів. Найменше надходжень до державного бюджету формує від увізного мита – його частка впродовж розглянутих років не перевищувала 0,08% від усіх надходжень [2].

Слід зазначити, що непрямі податки тісно пов'язані із формуванням суспільного добробуту. Беручи участь у формуванні цін на товари, непрямі податки регулюють обсяги їх споживання, оскільки впливають на купівельну спроможність населення. В залежності від збільшення доходу споживачів, зменшується питома вага непрямих податків у їхніх доходах, тобто прослідковується така характеристика непрямих податків як соціальна несправедливість. Як наслідок, у розвинутих країнах світу спостерігається тенденція переважання оподаткування саме з неспожитих доходів, тобто заощаджень, які перерозподіляються на користь нижчих верств населення. Так держава може впливати на регулювання не лише процесів споживання, а також і накопичення [3, с. 166].

Таким чином, вплив непрямих податків на загальний суспільний добробут є неоднозначним. Так, зручний у використанні фіксований податок ПДВ не диференціюється для бідних і багатих людей, тому вважається соціально несправедливим, бо різні люди відрізняються різною платоспроможністю. При цьому непрямі податки зменшують добробут тих, хто має найбільший податковий тягар. Поряд з тим, деякі з них сприяють підвищенню соціального рівня населення, наприклад, акцизний податок покликаний мінімізувати споживання продукції, яка шкодить життю і здоров'ю громадян, а також викликати негативні екологічні явища. Тому основним завданням уповноважених органів в Україні на сьогоднішній день можна вважати врегулювання інтересів споживачів товарів, що підлягають оподаткуванню та фіскальних інтересів держави.

Список використаних джерел

1. Чижиков В. Скарби бюджету: скільки платити податків, щоб жити добре. Журналістський бізнес-портал. 2020. URL: <https://mind.ua/openmind/20216486skarbi-byudzhetu-skilki-platiti-podatkov-shchob-zhiti-dobre>
2. Звіт про виконання Державного бюджету України. Офіційний вебсайт Державної казначейської служби України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richnij-zvit-pro-vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu-ukrayini-z-2020-rik> (дата звернення: 21.10.2021)
3. Лютий І. О., Демиденко Л. М., Романюк М. В. Податкова система: навч. посіб. Київ, «Центр учбової літератури». 2009. 456 с. URL: <https://studfile.net/preview/5014324/>

СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙ

Лукашук М. В.,

аспірант Університету банківської справи

(науковий керівник – **Боярко І.М., д.е.н., професор, проректор**

Університету банківської справи)

Темпи розвитку суб'єктів підприємництва багатьох сфер економіки України визначаються результативністю впровадження інновацій, яка, в свою чергу, залежить від можливості залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для досягнення поставлених цілей. Впровадження новітніх технологій, розвиток інфраструктури вимагають фінансового забезпечення. Загальний низький рівень ефективності інвестиційного потенціалу України зумовлює сповільнення темпів інноваційної діяльності. Ключовим механізмом подолання вказаних проблем сьогодні має стати банківський кредит та його впровадження в сфері інноваційного інвестування.

В Україні, за даними Держстату, постійно змінюється частка промислових підприємств, які впроваджують інновації: так в 2017–2018 рр. частка таких підприємств зростала, в 2019 р. різко зменшилась, а в 2020 р. почала знову відновлюватись та склала 14,9 % (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка впровадження інновацій на промислових підприємствах України*

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення 2020/2019 рр.	
					Абсолютні	Відносні
Частка підприємств, які впроваджують інновації, %	14,3	15,6	13,8	14,9	1,1	–
Кількість впроваджених видів інноваційної продукції, од.	2 387	3 843	2 148	4 066	1 858	86,5
Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації, %	0,7	0,8	1,3	1,9	0,6	–

* Джерело: побудовано і розраховано автором на основі даних Держстату [1]

Відповідно до даних табл. 1 кількість нових видів продукції, які випускались промисловістю протягом 2020 року різко збільшилась, порівняно з попередніми роками. Так, якщо порівнювати з 2019 роком, кількість впроваджених

інноваційних видів продукції збільшилась на 86,5 % та склала 4 066 од. Частка реалізації інноваційної продукції в загальному обсягу також зросла, зокрема за 2020 рік на 0,6 %. При цьому, якщо порівнювати кількість впроваджених інноваційних видів продукції та частку їх реалізації – можна прослідкувати, що така продукція користується підвищеним попитом.

Загалом у промисловості України протягом 2020 року спостерігалась позитивна динаміка впровадження інновацій.

Однією з головних проблем, яка гальмує впровадження інноваційних процесів в економіку України є відсутність у суб'єктів господарювання достатньої кількості фінансових ресурсів, необхідних для впровадження таких процесів. Динаміку витрат на впровадження інновацій в діяльності промислових підприємств та їх структуру ілюструє рис.1.

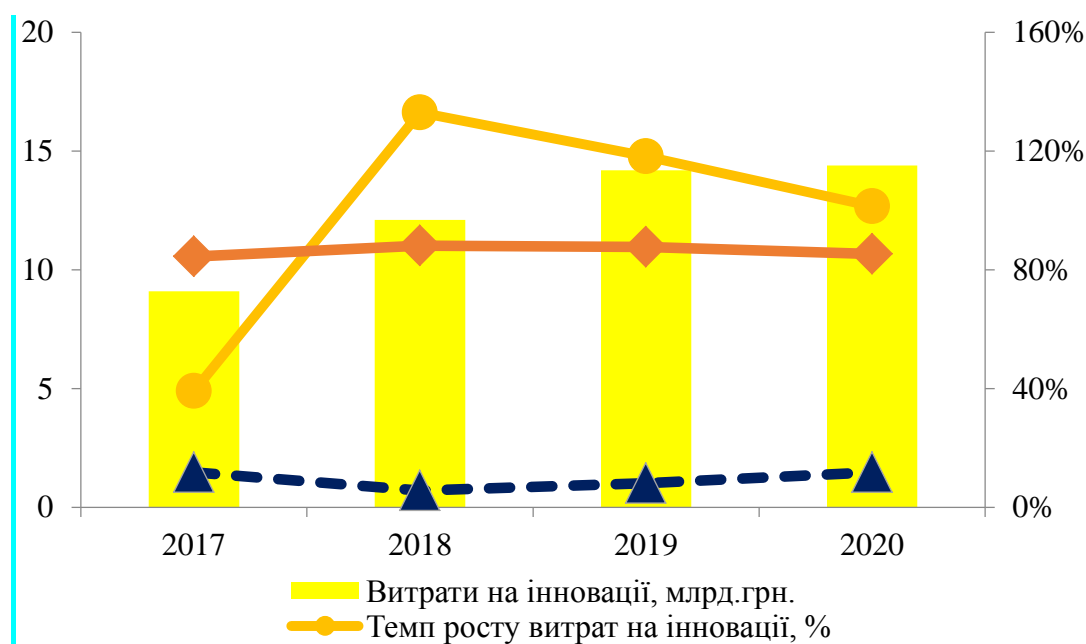


Рис. 1. Динаміка витрат на впровадження інновацій промислових підприємств та їх структури *

* Джерело: складено автором на основі даних Держстату [1]

Відповідно до даних Державної служби статистики України протягом 2017–2020 рр. обсяг фінансування інновацій промислових підприємств збільшився на 5,3 млрд грн. (58,2 %) до 14,4 млрд грн. Здебільшого фінансування витрат на впровадження інновацій здійснюється підприємствами за рахунок власних коштів (85,4 %), частка фінансування за рахунок банківських кредитів склала всього 11,8 %.

Таким чином, незважаючи на позитивні перетворення в структурі економіки України за останні роки, фактичний рівень модернізації діяльності реального сектора економіки на сьогодні не повністю відповідає сучасним потребам. Сьогодні банківські кредити відіграють мінімальну роль у фінансуванні інноваційної діяльності, а банківський сектор не виконує

роль прискорювача інновацій в економіці. Не зважаючи на значний потенціал банківського кредитування в соціально-економічному зростанні, суб'єкти господарювання активно його не використовують, а віддають перевагу іншим джерелам фінансування. Протягом досліджуваного періоду кредити банківських установ надавались здебільшого на фінансування поточної діяльності і не мали конкретної інноваційної спрямованості.

Список використаних джерел

1. Статистична інформація Державної служби статистики України.
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ПЛАНІ БАНКІВ ЩОДО ВИПУСКУ ТА ПРИДБАННЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Баранець В. І.,

студент Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика

Покрищенко А. В.,

студентка Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика

(науковий керівник: **Клименко С. О.**, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів Міжнародного класичного університету імені Пилипа Орлика)

Працюючи з цінними паперами, комерційні банки ставлять собі певну мету. Зокрема емісія банком цінних паперів власного боргу (засновницьких акцій чи власних облігацій) здійснюється з метою формування статутного капіталу у необхідному розмірі. У такий спосіб банки залучають кошти за найменшу ціну з метою їхнього подальшого використання. Викуп банком на ринку власних цінних паперів з наступним їх перепродажем стабілізує ринковий курс власних цінних паперів; зменшує статутний капітал і кількість акціонерів, погасивши цінні папери; надає інвесторам альтернативу вкладень; розширює інвестиційні можливості, замінивши папери іншими. Дилерська (комерційна) діяльність банку на вторинному ринку при торгівлі цінними паперами дає можливість банку підтримати власний інвестиційний портфель. Збільшити різницю між ціною купівлі і продажу цінних паперів, орієнтуючись на короткострокові коливання цін. Передбачити рух ринкової ціни цінного папера і призначити ціни продавця й покупця так, щоб мати дохід від різниці в цінах, нічого не втративши при підвищенні чи зниженні ринкової ціни. За посередництва з емісії цінних паперів інших емітентів банк розповсюджує цінні папери серед інвесторів або перепродає цінні папери за максимально можливою ціною (при повному викупі банком паперів емітента), отримуючи комісійну винагороду. Намагання банків розширити операції з цінними паперами стимулюється, з одного боку, високою дохідністю таких операцій, з іншого – відносним скороченням сфери використання прямих банківських кредитів. Крім того, банки започатковують застосування нетрадиційної форми послуг у своїй діяльності з

цінними паперами, а саме: надання консалтингу (консультацій), пов'язаного з інвестуванням капіталу у фондові інструменти, тобто допомагають клієнтам у страхуванні інвестиційних ризиків, здійснюють глибокий аналіз їхніх вкладень у цінні папери, накреслюють для клієнтів алгоритм дій при інвестуванні. Можливими стратегіями управління портфелем цінних паперів банку є: перенаправлення засобів; придбання в сподіванні гарних результатів і продаж незадовго до їхнього оголошення (ціни в момент оголошення найчастіше падають); спекуляція новими випусками цінних паперів; постійний пошук акцій і секторів із заниженими цінами, а також реорганізованих компаній; відстеження настрою ринку. Залучення коштів на умовах субординованого боргу вигідніше (порівняно з іншими методами збільшення капіталу) для банків з кількох причин. Головні серед них такі: субординовані зобов'язання менш ризиковані, ніж інші (акції) банку, оскільки мають нижчий рівень дохідності та є дешевшим (порівняно з емісією акцій) джерелом формування банківського капіталу, проценти за субординованим боргом сплачуються за рахунок збільшення валових витрат, боргові зобов'язання не надають їх власникам права на управління банком, тобто не виникає загрози втрати акціонерами контролю над банківською установою, проценти за субординованим боргом сплачуються за рахунок збільшення валових витрат, механізм залучення грошових коштів на умовах субординованого боргу простіший, ніж застосований у разі емісії акцій, формування капіталу шляхом емісії субординованих зобов'язань і цінних паперів сприяє підвищенню прибутковості акцій (якщо доход від розміщення коштів перевищує витрати, пов'язані з їх запозиченням), залучення коштів на умовах субординованого боргу є прийнятнішим для банків також з огляду на складну економічну ситуацію в Україні, за якої банківським установам проблематично розміщувати акції, оскільки їх придбання можливе лише за рахунок власних коштів акціонерів (засновників). Водночас залучення коштів на умовах субординованого боргу має недоліки: не всі банки можуть сповна користуватися зазначеним джерелом капіталу, адже воно наповнюється лише за наявності довіри інвесторів до країни та до конкретного банку. Зазначений вище спосіб формування капіталу впливає на співвідношення власного і залученого та позиченого капіталів. Він може справляти негативний вплив також на фінансову стійкість банку та на курс його акцій. Наявність у портфелі банку значної частки державних цінних паперів свідчить про високий рівень ліквідності комерційного банку. Однак значний розмір цих цінних паперів буде свідчити про низьку дохідність інвестиційного портфеля.

Список використаних джерел

1. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. 2021. № 1 (155). С. 115–117.
2. Бланк И.А. Управление прибылью, 2-е изд., расм. и доп. К.: Ника-Центр, Эльга, 2016. 752 с.
3. Волкова В. В. Организационный механизм управления капитализацией банков / В. В. Волкова // Економіка і організація управління. Випуск № 5. 2019. С. 121–137.

ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Дудчик О. Ю., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університету митної справи та фінансів

Баштовенко З. Д.,
студентка Університету митної справи та фінансів

У 2014–2020 рр. Україна переживала доволі нестабільні політичні та економічні часи. Тому саме цей період є цікавим з аналітичної точки зору, для розглядання впливу як внутрішнього так і зовнішнього середовища на результати діяльності підприємств. Аналіз результатів діяльності підприємств дає змогу зрозуміти, які роки були найприбутковішими для підприємств і які були найзбитковішими. Розподіляючи наведені данні (табл. 1) за видами економічної діяльності можна зрозуміти яка галузь є прибутковою, збитковою, яка потребує більш пильного контролю або інвестицій.

Таблиця 1

Формування чистого прибутку (збитку) підприємств України, млрд грн

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чисті доходи	5045,8	6412,4	7041,5	8385,2	10002,9	10876,4	10873,2
Витрати	5635,8	6785,9	7011,8	8216,5	9714,6	10352,6	10805,2
Фінансовий результат	-590	-373,5	29,7	168,7	288,3	523,8	68,0

За період 2014–2020 рр. фінансові результати діяльності підприємств суттєво коливались. За період, що аналізується, чисті доходи підприємств зростали, так само як і загальні витрати. Це можна пояснити в тому числі і інфляційними процесами. В 2014 році витрати перевищили чисті доходи на 590 млрд грн. Найбільш збитковими виявились галузі промисловості – 178,7 млрд грн. збитків, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 133,2 млрд грн., операції з нерухомим майном – 105,4 млрд грн, професійна, наукова та технічна діяльність – 100,3 млрд грн. Прибутковими були лише дві сфери діяльності: сільське, лісове та рибне господарство – 21,5 млрд грн та освіта – 0,063 млрд грн.

2015 рік був складним для економіки України, підприємства зазнали збитків на загальну суму 373,5 млрд грн. Прибутковими були лише галузь сільського господарства – 10,3 млрд грн, освіта – 0,081 млрд грн та надання інших послуг – 0,226 млрд грн. Всі інші сфери діяльності були збитковими.

В 2016 р. найбільш прибутковою залишається галузь сільського господарства, яка принесла економіці 90,6 млрд грн. чистого прибутку, компенсуючи збитки інших сфер діяльності. Так промисловість зазнала 24,7 млрд. грн. збитків, а операції з нерухомим майном аж 43,9 млрд грн.

Можна вважати, що в 2017 році економіка України почала оговтуватись від кризи, яка розпочалась в 2014 році внаслідок військових дій на

Донбасі. З 168,7 млрд. грн. прибутку в 2017 році, 68,9 млрд були отримані підприємствами сфери сільського господарства, 56,1 млрд грн. – промисловістю. Найбільш збитковими видами діяльності виявились транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 16,8 млрд грн. і операції з нерухомим майном – 17,6 млрд грн збитків.

В 2018 р. найбільш прибутковою є промисловість – 109,3 млрд грн прибутку. Підприємства сільського господарства отримали 71,0 млрд грн чистого прибутку, оптова та роздрібна торгівля – 68,8 млрд грн. Збитки отримали наступні галузі: транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 24,3 млрд грн, операції з нерухомим майном – 1,6 млрд грн, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 0,493 млрд грн та мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – 0,597 млрд грн.

За період, що аналізується, 2019 рік був найбільш вдалим для економіки України. Підприємства отримали чистих доходів на суму 10876,4 млрд грн та здійснило витрати в розмірі 10352,6 млрд. грн., що у підсумку дало можливість отримати 523,8 млрд грн чистого прибутку. Єдина галузь, яка в цей період була збитковою, це мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, сума збитків склала 3,7 млн грн. Найбільш прибутковими були промисловість – 133,7 млрд грн, оптова та роздрібна торгівля – 108,6 млрд грн, сільське господарство – 93,3 млрд грн. Вперше за весь період з чистим прибутком закінчила рік сфера операцій з нерухомим майном – 44,9 млрд грн.

Глобальні світові події 2020 року суттєво вплинули на економіку України і на результати діяльності підприємств. Чистий дохід підприємств був практично на рівні 2019 року (зменшився на 3,2 млрд грн або на 0,03%), а от витрати суттєво зросли – на 452,6 млрд грн або на 4,37 %. Це призвело до зменшення чистого прибутку на 455,8 млрд грн або в 7,7 раза. Прибутковою залишилась галузь сільського господарства – 81,6 млрд грн, збільшили свої прибутки такі сфери діяльності як фінанси та страхова діяльність – 25,7 млрд грн та охорона здоров'я та надання соціальних послуг – 19,2 млрд грн. Що цілком виправдано пандемією. Збитків зазнали промисловість – 47,2 млрд грн, операції з нерухомим майном – 37,6 млрд грн, тимчасове розміщення і організація харчування – 4,4 млрд. грн., діяльність в сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (до неї відноситься і туризм) – 0,108 млрд грн, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – 1,6 млрд грн.

Отже, підсумовуючи вище зазначені факти, робимо висновок, що найбільш збитковими для підприємств в Україні були 2014 і 2015 рр. Саме на ці роки припадає найбільш нестабільна ситуація, викликана військовим конфліктом з Росією. Ця напружена політична ситуація мала прямий вплив на результат діяльності підприємств та споживчу здатність населення. Більш стабільна та позитивна динаміка спостерігається у роки, на які не припадають ані коливання на політичній арені країни, ані світова криза, спричинена карантинними заходами запобігання розповсюдження нового вірусу Covid-19.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ЯК ЧИННИК СПОТВОРЕННЯ ОСНОВ ЗБАЛАНСОВАНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ КРАЇНИ

Гусєва В. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Пікуліна Н. Ю.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки та соціально-трудо­вих відносин)
Університету митної справи та фінансів

У сфері легального бізнесу будь-якої держави є частка підприємств які працюють нелегально. Така економічна діяльність в різних країнах на­зивається по-різному: у Франції – «підземна» або «неформальна» економі­ка; в Італії – «таємна» або «підводна»; в Англії – «неофіційна», «підпіль­на» та «схована»; у Німеччині та Україні – «тіньова» економіка [4].

Економічну сутність поняття «тіньова» економіка досліджувало бага­то вчених, такі як Ульріх Тіссен, Е. Фейг, П. Гутманна, Віто Танзі та ін.

Проаналізувавши різні визначення, можна сказати, що тіньова еконо­мічна діяльність – це будь-яка діяльність, яка розвивається поза державним обліком та контролем, а тому не відображається в офіційній статистиці. «Тіньові» підприємства не перерозподіляють власних доходів до бюджетів та державних цільових фондів, вони не сплачують податків.

Вплив тіньової економічної діяльності на економічне зростання і роз­виток країни є різноспрямованим. Як економічне явище вона має досить суперечливі і неоднозначні наслідки. Негативні наслідки важко недооціни­ти, проте й позитивні теж не можна не враховувати [5].

Співвідношення позитивних і негативних ефектів тіньової економіки залежить від її масштабів. Позитивний ефект існування тіньового сектора зростає протягом параболи, тобто темп зростання сповільнюється зі збіль­шенням відносної величини тіньової економіки. Проте негативний ефект має яскраво виражену тенденцію до прискореного росту в міру збільшення тіньового сектора [1].

Позитивними наслідками існування тіньової економіки є:

– підтримка політичної та соціальної рівноваги через створення альтер­нативних можливостей підвищення доходів підприємців без будь-яких соціально-політичних потрясінь;

– сприяння економічному зростанню держави шляхом використання доходів від нелегальної економічної діяльності на придбання товарів та послуг легального виробника;

– підвищення суспільного добробуту через розвиток інвестиційно-інноваційних процесів у галузях тіньової економіки.

Проте, негативних наслідків існування тіньової економічної діяльнос­ті в країні все ж таки більше. А саме, негативними наслідками існування тіньової економіки в країні є:

– скорочення податкових надходжень до бюджету, що призводить погіршення фінансування інноваційно важливих та стратегічних напрямів розвитку держави;

– деформація кредитних відносин і збільшення інвестиційних ризиків, стимулювання інфляції, завдання збитків кредитним інститутам, інвесторам, вкладникам, акціонерам, суспільству в цілому.

– поглиблення некерованості економічними процесами;

– викривлення умов функціонування підприємств;

– погіршення умов існування соціального сектора країни;

– зменшення обсягів офіційного виробництва;

– послаблення інвестиційної привабливості країни, що призводить до формування негативного іміджу держави.

Проведене дослідження дозволило сформулювати ряд висновків:

Існує безліч підходів до визначення поняття тіньової економіки. Взагалі, під терміном «тіньова економіка» розуміють будь-яку діяльність, яка виходить за межі легальної економіки. Тіньова економіка функціонує поряд з легальною. До того ж певний її рівень властивий усім країнам у світі. Водночас наявність таких видів діяльності суперечить державному устрою та законам країн.

Найголовнішим негативним чинником тіньової економіки є викривлення інструментів та законів ринку, що призводить до **спотворення основ побудови** збалансованої економічної системи в країні. Саме тому зусилля уряду країн повинні концентруватися на запровадженні заходів, спрямованих на мінімізацію впливу чинників тінізації економіки через комплексне реформування системи відносин, що здійснюється в економічній сфері між державою, підприємцями та найманими працівниками.

Список використаних джерел

1. Варналій З. С. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації. URL : http://old.niss.gov.ua/book/tyn_ekon/index.htm.

2. Економічна енциклопедія : у трьох томах. Т.3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К. : Академія, 2002. 952 с.

3. Кіржецький Ю. І. Причини становлення та зростання тінізації економіки в Україні URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/29952>.

4. Тіньова економіка, структура й природа її виникнення. URL: http://pidruchniki.com/15800119/ekonomika/tinova_ekonomika_struktura_priroda_viniknennya. Назва з екрана.

5. Тіссен У. Тіньова економіка: методи прогнозування, проблеми кількісної оцінки та висновки для економічної політики. У. Тіссен // Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд зсередини. К. : Довіра, 1997. С. 61.

АНАЛІЗ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗМІННОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Коваленко П. К.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Петрусенко К. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Пономарьова О. Б.,**

старший викладач кафедри фінансів,

банківської справи та страхування

Університету митної справи та фінансів)

Страховий ринок визначається як система економіко-правових відносин між покупцями, продавцями, посередниками послуг із страхування чи перестраховування. Назвемо головні завдання страхового ринку:

- забезпечення стабільного функціонування суб'єктів господарювання в умовах невизначеності й ризику;
- озброєння уповноважених органів інструментами економіко-страхової політики [1].

Діяльність страхового ринку України в порівнянні з розвиненими країнами світу є досить низькою. Це пов'язано з нестабільною економікою, високим рівнем недовіри до страхових компаній, низьким доходом громадян та низкою економічних проблем. Проте, страховий ринок є невід'ємною частиною фінансового ринку і забезпечує формування та реалізацію страхових послуг.

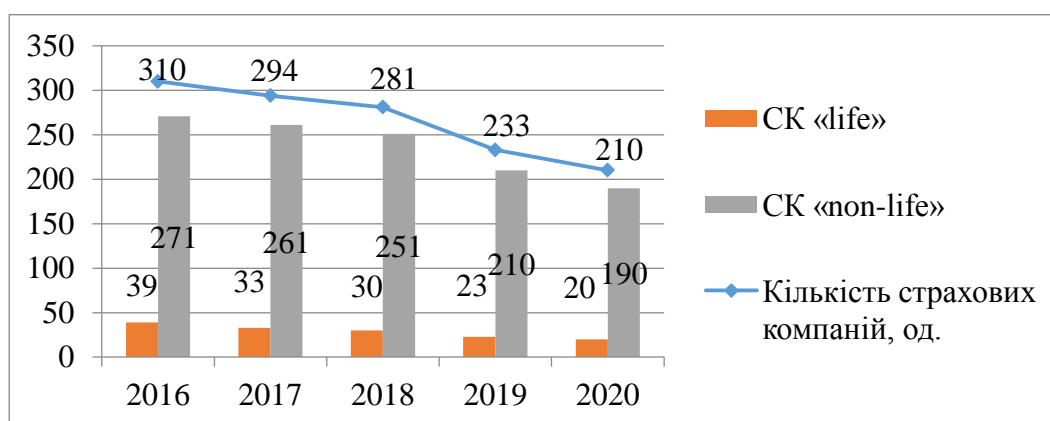


Рис. 1. Кількість страхових компаній на страховому ринку України, у тому числі СК «life» та СК «non-life» у 2016–2020 рр.

Таким чином, першочерговим кроком є аналіз страхового ринку в умовах змінного середовища, що дозволяє обрати стратегію діяльності страховиків та визначає шляхи досягнення конкурентних переваг.

Проаналізуємо основні показники діяльності страхового ринку України. На рис. 1 представлено кількість страхових компаній за період з 2016 по 2020 рр. включно.

Аналіз даних функціонування страхового ринку в Україні з наведених даних на рис. 1 свідчить, що загальна кількість страхових компаній в Україні за період 2016–2020 років скоротилася з 310 до 210 страхових компаній. Зменшення кількості страхових компаній можна пояснити посиленням контролю з боку Уповноваженого органу щодо порушення вимог діяльності компаній, що працюють на ринку фінансових послуг.

На рис. 2 представлено основні фінансові показники, що характеризують діяльність страхових компаній України за 2016–2020 рр.

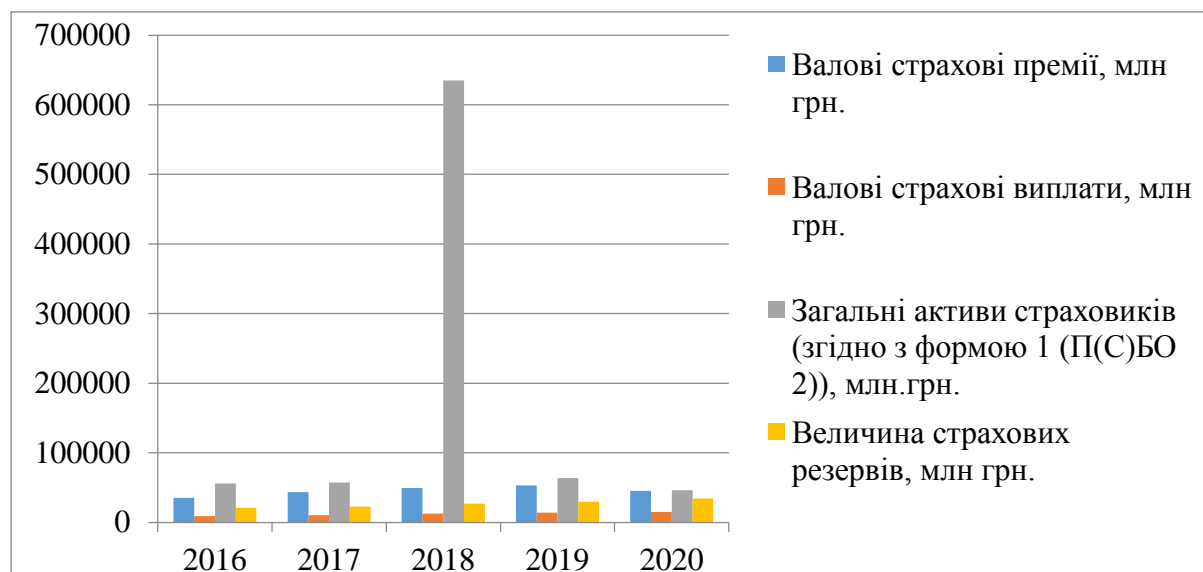


Рис. 2. Показники, що характеризують діяльність страхових компаній України за 2016–2020 рр.

За даними рис. 2 можна зробити висновок, що валові страхові премії з 2016 до 2019 збільшилися на 17830,9 млн грн, проте за 2020 рік спостерігається різке зниження даного показника до 45184,9 млн грн. Позитивною динамікою є зростання валових страхових виплат, що свідчить про виконання страховиками своїх зобов'язань перед страхувальниками. Загальні активи страхових компаній (згідно з (П(С)БО 2) за 2016–2019 рр. зростають, проте у 2020 р. відбулося їх значне скорочення.

Отже, аналіз страхового ринку України свідчить про низький попит на страхові послуги у порівнянні з розвиненими країнами світу. Задля покращення ситуації на страховому ринку України необхідно: створення конкурентного середовища та вдосконалення організаційної структури ринку, врахування досвіду і особливостей розвитку страхових ринків розвинених країн, сприяння розвитку страхового посередництва, забезпечення високо-

го рівня страхової культури населення. Реалізація стратегії розвитку страхового ринку України надасть можливість покращення його якості та забезпечить сталий розвиток української економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Козьменко О. В. Страхування і страховий ринок: термінологія, законодавство і динаміка розвитку. Суми: Ділові перспективи, 2006. 68 с.
2. Статистика. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua>

ВАЖЛИВІСТЬ ПРИБУТКУ ДЛЯ УСПІШНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Моршна Л. О.,

студентка Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика

Іванова Є. К.,

магістрантка Міжнародного класичного університету
імені Пилипа Орлика

(науковий керівник – **Клименко С. О.,** к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту та фінансів

Міжнародного класичного університету

імені Пилипа Орлика)

Економічна стратегія – це комплексна програма дій, спрямована на ефективну виробничу, науково-дослідну, комерційну, фінансову та іншу діяльність, реалізація якої забезпечить здійснення місії та досягнення цілей підприємства, у тому числі: управління кредиторською заборгованістю. Доцільність розроблення стратегії полягає в тому, що вона дає визначення головних напрямків і шляхів досягнення цілей та забезпечення виживання підприємству в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах; є способом встановлення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем; є інструментом координації, допомагає здійснювати діагностику діяльності підприємства, визначаючи причини відхилень між цілями та результатами й у випадку виникнення конфліктів чи протиріч сприяє досягненню компромісів; підвищує готовність підприємства реагувати на непередбачені зміни, демонструє зв'язок між функціями посадових осіб, сприяє обґрунтованому управлінню [3, с 81]. Однак стратегія формується на основі узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації; постійно уточнюється у процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджений зворотній зв'язок, через багаточільовий характер діяльності підприємство має складну внутрішню структуру, тому формуються системи стратегій у вигляді «стратегічного набору»; є основою для створення планів, проектів і програм, у тому числі: управління кредиторською заборгованістю, які є системною характеристикою напрямків росту підприємства тощо. З метою найефективнішого використання ресурсів підприємству

необхідно звернутись до банку, що застосовує механізм ціноутворення, за якою всі, хто використовує ресурси, мають платити за право їх використання тим, хто залучає ці ресурси. Такий механізм ціноутворення визначає рівень ставки, за якою один підрозділ фінансової установи платить за кошти, залучені іншим її підрозділом. Система трансфертного ціноутворення дає змогу об'єктивно проаналізувати внутрішню дохідність банку, оцінити дохідність кожної операції та прийняти рішення щодо оптимального використання ресурсів, що дає підприємству-боржнику можливість ефективно впливати на свій прибуток, співпрацюючи з такою банківською установою. За складом елементів, що формують прибуток, розрізняють маржинальний, валовий (балансовий) і чистий прибуток підприємства. Під цими термінами звичайно розуміють різні ступені «очищення» отриманих доходів від понесених підприємством у процесі господарської діяльності витрат. Маржинальний прибуток характеризує суму чистого доходу від операційної діяльності за винятком суми змінних витрат. Валовий прибуток характеризує суму чистого доходу від операційної діяльності за винятком всіх операційних витрат, як постійних, так і змінних. Балансовий прибуток характеризує різницю між всією сумою чистого доходу підприємства і всією сумою його поточних витрат, він включає три основні елементи: прибуток (збиток) від реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг; прибуток (збиток) від реалізації основних засобів, їхнього вибуття, реалізації іншого майна підприємства; фінансові результати від позареалізаційних операцій. Чистий прибуток характеризує суму балансового (валового) прибутку, зменшеного на суму податкових платежів за його рахунок. За характером оподаткування прибутку виділяють оподатковувану і не оподатковувану податком його частини. Такий розподіл прибутку відіграє важливу роль у формуванні податкової політики бізнесової структури, її можливостей з управління кредиторською заборгованістю, тому що дозволяє оцінювати альтернативні господарські операції з позицій кінцевого їх ефекту та побудувати успішну стратегію підприємства.

Список використаних джерел:

1. Кальченко О. М. Функціональне призначення системи управління прибутком підприємства / О. М. Кальченко, О. В. Шишкіна, О. В. Анікейчик // Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики : матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 вересня 2016 р. Одеса, Атлант, 2016. С. 276–277.
2. Нестерова С. В. Аналіз методології розрахунку валового прибутку у формах фінансової звітності / С. В. Нестерова // Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2016. Серія: Економіка. Вип. 1. С. 273–277.
3. Раєвнева О. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформації національної економіки / О. В. Раєвнева, І. В. Чанкіна. К. : Ліра-К, 2020. 264 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Асмолков С. О.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Стеблюк Н. Ф.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Університету митної справи та фінансів)

На сьогоднішній день стратегічне управління значно видозмінюється у відповідності до сучасних умов. Дослідження даної сфери дозволяє адаптуватись стратегічному управлінні та набувати нових особливостей. Стратегічне управління є не лише основою й одночасно інструментом ефективного довгострокового розвитку підприємства. Так, Маказан Є. В. зауважує, що саме особливості стратегічного управління підприємством спрямовані на створення конкурентних переваг підприємства, що забезпечує його життєздатність. [3, с. 148].

Досліджуючи дане питання Гакова М. В. виділяє такі особливості стратегій управління, які пропонуємо розглянути рис. 1.

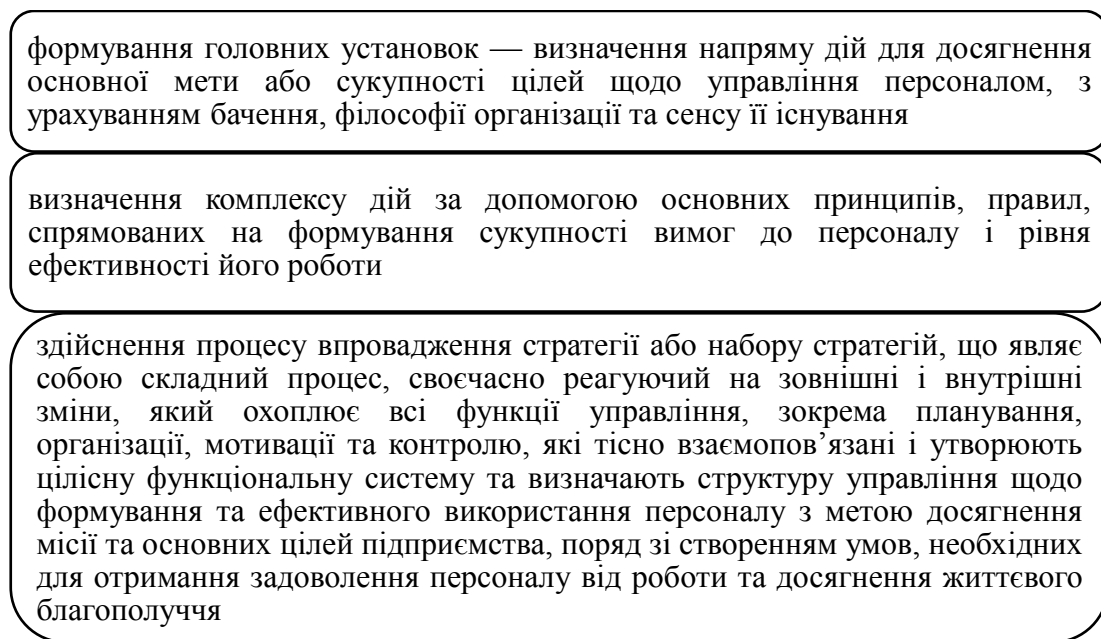


Рис. 1. Особливості сучасних стратегій управління [2, с. 99–100]

Також, важливо виділити дослідження Шаманської О. І., яка визначає сучасні типові особливості стратегій управління, серед яких:

- стратегія добору і навчання;
- стратегія винагороди та мотивації;
- стратегія формування трудових відносин;
- стратегія управління [5, с. 68].

Крім того, при дослідженні сучасних особливостей стратегій управління Шаманська О. І. виокремлює нові рівні стратегічного управління, до яких належить:

- рівень стратегічного мислення;
- рівень знань працівників та їх можливі зміни;
- можливості формування персоналу підприємства з різних джерел;
- рівень організаційної культури;
- відповідальність рівнів та методів стратегічного управління поточним і перспективним вимогам його розвитку;
- наявність загальної, цілісної концепції стратегії розвитку підприємства;
- відповідальність організаційної структури управління [5, с. 69].

Харчишина О. В. провівши опитування підтверджує той факт, що лише близько половини підприємств дійсно складають бізнес плани та прописують стратегію управління. Не враховуючи сучасних умов та темпів розвитку стратегічного управління, це негативно впливає на діяльність таких підприємств, і лише ті, які враховують сучасні тенденції та особливості функціонують успішно [4, с. 93].

Слід погодитись із дослідженням Величка Т. Г., який у своїх дослідженнях акцентує увагу на тому, що особливості стратегічного управління в сучасних умовах можуть мати різну абсолютно спрямованість та дозволяють удосконалюватися шляхом освоєння нових видів продукції, інноваційного покращення існуючих технологій виробництва продукції, розширення ринків збуту, поліпшення умов праці робітників, створення загального сприятливого клімату та активізації мотивуючих заходів [1, с. 95].

Отже, формування стратегічного розвитку вимагає детального дослідження особливостей, до яких варто відносити використання цілої системи методів дослідження. Формування особливостей стратегічного управління повністю залежить від розглянутих особливостей і ситуацій, в яких знаходиться підприємство.

Список використаних джерел

1. Величко Т. Г. Основні напрями стратегічного управління підприємством в умовах сталого розвитку. *Агросвіт*. 2020. №7. С. 92-96. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/7_2020/14.pdf
2. Гакова М. В. Сучасні підходи щодо визначення сутності стратегічного управління персоналом підприємства. *Торгівля і ринок України*. 2019. № 1 (45). С. 95–103. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1588/1/Gakova_CONCEPTUAL%20APPROACHES.pdf.
3. Маказан Є. В. Основи методології стратегічного управління. *Міжнародні економічні відносини та свідове господарство*. 2018. № 17. Ч. 1. С. 145–148. URL: [file:///C:/Users/Dell/Downloads/Nvuumevcg_2018_17\(1\)_34.pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/Nvuumevcg_2018_17(1)_34.pdf).
4. Харчишина О. В. Стратегічне управління діяльністю підприємства в умовах глобалізації. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. №5. Том 1. – С. 91–94.
5. Шаманська О. І. Стратегічне управління персоналом підприємства в сучасних умовах. *Економічна наука. Економіка та держава*. 2019. №12. С. 66–70. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2019/14.pdf

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Коваленко С. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Губа М. О.**, к.е.н.,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Університету митної справи та фінансів)

На сьогоднішній день медичне страхування є доволі актуальним питанням. Варто зазначити, що медичне страхування – тип страхування від ризику витрат, пов'язаних із отриманням медичної допомоги [1]. Медичне страхування з соціально-економічної точки зору є однією з найважливіших складових національної системи охорони здоров'я. Актуальність даної теми полягає у тому, що медичне страхування є формою захисту від ризиків, що загрожують здоров'ю та життю людини. Медичне страхування як форма соціального захисту у сфері охорони здоров'я представляє собою гарантії забезпечення медичною допомогою за будь-яких обставин, у тому числі, у зв'язку із хворобою та нещасним випадком.

Медичне страхування поділяється за формами на обов'язкове медичне страхування (ОМС) і добровільне медичне страхування (ДМС). Обов'язкове медичне страхування проводиться через програми обов'язкового медичного обслуговування. Систему ОМС доповнює система добровільного медичного страхування (ДМС). Добровільне медичне страхування є формою захисту інтересів громадян у разі втрати ними здоров'я з будь-якої причини. Воно пов'язане з компенсацією громадянами витрат, зумовлених оплатою медичної допомоги, та інших витрат, пов'язаних із підтримкою здоров'я [2].

Страхування здоров'я на випадок хвороби – це вид страхування, при якому кожна хвороба визначається в грошовому вигляді. При виникненні страхового випадку застрахована особа отримує страхове відшкодування від страхової компанії.

Будь-яка кризова ситуація впливає на функціонування страхових компаній та має бути врахована ними з метою захисту населення країни та отримання прибутку. В 2020 році вагомим фактором, який вплинув на життя всіх країн, у т.ч. України, стала пандемія COVID-19 (коронавірусна хвороба). У зв'язку з цим, на українському страховому ринку наразі пропонується багато програм супроводження та лікування COVID-19, що є доступними для клієнтів віком від 1 до 60 років. Найпопулярніші з них наведені нижче у табл. 1.

Отже, на основі розглянутих даних можна дійти висновку, що в умовах COVID-19 для страхового ринку України створені нові умови діяльності, які надають певні можливості суспільству – фінансову підтримку у

випадку захворювання на COVID-19. За період коронакризи у страхових компаній з'явилась можливість зміцнити свої позиції на ринку шляхом захоплення більшої кількості клієнтів. Водночас медичне страхування повинно стати однією з головних складових подолання кризи в медичній галузі, допомогти впровадженню нових економічних способів управління в охороні здоров'я, сприяти злагодженому розвитку закладів охорони здоров'я різних форм власності.

Таблиця 1

Програми медичного страхування (які забезпечують фінансову підтримку в разі захворювання COVID-19) страхових компаній України [3]

Страхова компанія	Назва страхової програми	Умови страхування		
		Страхова сума	Страховий платіж	Строк дії Договору
СК «Провідна»	СТОП. КОРОНАВІРУС	до 50 тис. грн	від 225 грн	6 місяців
СК «Вусо»	Страхування у разі коронавірусу COVID-19	70 тис. грн	від 936 грн	6 місяців
ПрАТ «СК «Універсальна»	Захист від COVID-19	5–100 тис. грн	від 300 грн	3/6 місяців
СК «Альфа Страхування»	Страхування від коронавірусу	50 тис. грн	500/700 грн	3/6 місяців
АТ «СК «ІНГО»	Короназахист +	30–100 тис. грн	від 400 грн	6 місяців

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія / Вільна енциклопедія: Медичне страхування. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B5_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F
2. Проблеми та перспективи впровадження медичного страхування в Україні. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2020/69.pdf
3. Інтернет-журнал «Форіншурер: новини страхування». URL: <https://forinsurer.com/>

КРЕДИТНІ РИЗИКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Курінна В. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Новікова Л. Ф.**, к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університету митної справи та фінансів)

Кредитна діяльність сучасних банків України є ризиковою відносно інших активних операцій банку. В першу чергу, це через недостатністю кількість платоспроможних та надійних позичальників. По-друге, права кредитора є недостатньо захищеними на законодавчому рівні, тому під час формування банком кредитного портфеля ризик підвищується.

Усі банки, які беруть участь у кредитуванні фізичних та юридичних осіб, вирішують проблему управління кредитними ризиками, тобто проведення оцінки та аналізу кредитного ризику. У банківській системі присутність ризику є цілком нормальним явищем, але його необхідно обмежити або мінімізувати, тому що взагалі уникнути ризиків неможливо.

Кредитний ризик прийнято розглядати в науковій літературі як ризик недоотримання банком можливих вигод від основної діяльності внаслідок неналежного, несвоєчасного та неповного виконання контрагентами, позичальниками, клієнтами своїх зобов'язань перед банком, є доволі специфічним явищем. Для банку він є зовнішнім, оскільки зниження платоспроможності позичальників є результатом зовнішнього впливу економічного середовища, тому банк не може цього змінити, з іншого – виникає ситуація, в якій вплив усіх зовнішніх ризиків на фінансову стійкість банку відбувається через його клієнтську базу, що, по своїй суті, є внутрішнім джерелом впливу.

Серед вагомих причин, від яких виникає кредитний ризик:

- нездатність позичальників отримувати заплановані обсяги запланованих результатів;
- неочікувані зміни економічної, політичної та фінансової системи країни, виникнення кризових явищ в економіці, що завдає зменшення ділової активності суб'єктів господарювання.
- зміна ринкової вартості застави порівняно з моментом кредитування;
- зловживання клієнтами щодо виконання кредиту.

Ситуація, що виникла зараз на ринку кредитування, викликана наслідками фінансової кризи, під час якої значно послабилася стійкість банківського сектору України. Через різке зниження платоспроможності більшості українських підприємств-позичальників призвело до банкрутства банків та скорочення їх кількості, що відображено у табл. 1.

З таблиці 1, бачимо, що у період 2016–2021 рр. зупинили свою діяльність 43 банки. Кількість діючих банків зменшувалася переважно за рахунок банків із вітчизняним капіталом.

Кількість комерційних банків в Україні з 2016 по 2021 рр.

Період	Кількість діючих банків	З них з іноземним капіталом	У т. ч. зі 100% іноземним капіталом
на 1.01.2016	117	41	17
на 1.01.2017	96	38	17
на 1.01.2018	82	38	18
на 1.01.2019	77	37	23
на 1.01.2020	75	35	23
на 1.01.2021	74	33	23

Динаміку активів, наданих кредитів та резервів за 2016–2021 рр. наведено у табл. 2.

Сумарні активи українських комерційних банків з 2016 по 2021 рр. (млн грн)

Період	Активи (усього)	Надані кредити	Кредити суб'єктам господарювання	Кредити фізичним особам	Резерви за активними операціями банків
на 1.01.2016	1 254 385	1 009 768	830 632	175 711	321 303
на 1.01.2017	1 256 299	1 005 923	847 092	157 385	484 383
на 1.01.2018	1 336 358	1 042 798	870 302	170 938	516 985
на 1.01.2019	1 360 764	1 118 618	919 054	196 634	555 871
на 1.01.2020	1 494 460	1 033 539	822 020	206 761	492 069
на 1.01.2021	1 822 814	963 664	752 503	199 556	375 459

Дані з таблиці 2 показують про тенденцію щодо збільшення обсягів простроченої позичкової заборгованості за кредитами установ банківської системи України, яка зберігається досі, тоді як обсяги кредитних вкладень часто коливаються.

Попередження кредитних ризиків, впровадження нових, більш ефективних методів оцінки, управління має стати пріоритетним напрямом розвитку банківської системи України. Крім того, потрібно продовжувати роботу з мінімізації кредитного ризику як на рівні комерційних банків, так і на законодавчому рівні.

Список використаних джерел

1. Показники діяльності банків НБУ. 2021. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/2021-12/>
2. Кількість банків України 2008–2019. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/cou>
3. Штефан Л. Б. Проблеми управління кредитним ризиком в комерційних банках України / Л. Б. Штефан // Ефективна економіка. 2015. № 3. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3904>.

РОЗВИТОК ОПЕРАЦІЙ РОЗДРІБНОГО КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ: СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Курінна Д. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Заруцька О. П.,** д.е.н.,

завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Університету митної справи та фінансів)

Сегмент роздрібного кредитування у на сьогоднішній день є одним з найбільш динамічних на ринку банківських продуктів та послуг. Однак жорсткі умови міжбанківської конкуренції на ринку кредитування фізичних осіб змушують банки шукати способи підвищення ефективності кредитування та забезпечення його привабливості для населення. Цей процес вимагає не тільки значних інвестицій, розгалуженої мережі відділень банків, сучасних банківських технологій, але й глибокого знання учасниками фінансового ринку основ кредитних відносин, розуміння сутності й ролі кредитування фізичних осіб у самій системі кредитних відносин.

Сьогодні на розвиток роздрібного кредитування фізичних осіб в Україні впливає багато причин, що гальмують цей процес. Але основними є такі як коронакриза, фінансово-економічна й політична нестабільність; підвищення рівня інфляції та зниження реальних доходів і рівня життя населення, що спричиняє неможливість повернення позичальниками кредиту; невисокий рівень доходів більшої частини населення, що не дає змогу банкам активно застосовувати повноцінні депозитні стратегії для фізичних осіб, внаслідок чого банки не мають можливості реалізовувати власний кредитний потенціал на ринку роздрібного кредитування; нестабільність курсу валют; недосконале законодавство у сфері кредитування фізичних осіб; зростання кредитного ризику, пов'язаного з необ'єктивною оцінкою кредитоспроможності фізичних осіб – позичальників [1].

АТ «Приватбанк» займає провідні позиції на ринку кредитування населення. Як свідчать дані таблиці 1, найбільш популярним кредитним продуктом у фізичних осіб є карткові кредити. Так, якщо в 2016 в абсолютному вираженні карткові кредити склали 19 749 млн. грн., то в 2020 році вони становили 40 609 млн грн [2].

Стабільно високою є також частка іпотечних кредитів – в 2020 році кожна шоста гривня позичалася на придбання нерухомості. В абсолютному вираженні це становило 9 045 млн грн. в 2016 році, 9 130 млн грн. в 2017 р. та 12 923 млн грн. в 2018 році. В 2019 році обсяг іпотечних кредитів негативно змінився і склав 11 467 млн. грн., а в 2020 році зменшився до 9 566 млн грн.

Спостерігається стабільне зростання споживчих кредитів – від 3,6 % в 2016 році до 6,4% в 2020 році. В 2016 році спостерігалось найменше значення цього показника – 1 069 млн. грн. Із зміною клієнт орієнтованості АТ «ПриватБанк» в 2018р. та 2020р. частка споживчих кредитів становила 6.4%, тобто 4 193 та 3500 млн грн відповідно.

Таблиця 1

**Структура та динаміка кредитного портфеля фізичних осіб
АТ «Приватбанк» [2]**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Загальна сума кредитів фізичним особам	31 345	43 749	64 088	69 405	54 891
Кредити фізичним особам – кредитні картки	19 749	30 354	45 314	51 890	40 609
Питома вага карткових кредитів в загальній сумі кредитів фізичним особам	62,6%	68,9%	69,8%	74,8%	74,0%
Кредити фізичним особам – іпотечні кредити	9 045	9 130	12 923	11 467	9 566
Питома вага іпотечних кредитів в загальній сумі кредитів фізичним особам	28,8%	20,9%	20,3%	16,5%	17,4%
Кредити фізичним особам – споживчі кредити	1 069	3 144	4 193	4 148	3 500
Питома вага споживчих кредитів в загальній сумі кредитів фізичним особам	3,6%	7,3%	6,4%	6,0%	6,4%
Кредити фізичним особам на придбання автомобіля	264	264	332	250	35
Питома вага кредитів на придбання автомобіля в загальній сумі кредитів фізичним особам	0,9%	0,7%	0,9%	0,4%	0,06%
Інші кредити фізичним особам	1 054	660	672	498	129
Питома вага інших кредитів в загальній сумі кредитів фізичним особам	3,5%	1,6%	1,4%	0,7%	0,24%
Фінансовий лізинг	164	197	654	1 152	1 052
Питома вага фінансового лізингу в загальній сумі кредитів фізичним особам	0,6%	0,5%	1,2%	1,6%	1,9%

Слід зазначити позитивну тенденцію в нарощуванні кредитування фізичних осіб через фінансовий лізинг. Оскільки АТ «ПриватБанк» визначає це як пріоритет, можна сподіватися на подальше збільшення цього показника.

Отже, подальший розвиток кредитування фізичних осіб в Україні має бути спрямований на вирішення таких завдань, як удосконалення нормативно-правової бази у сфері кредитування фізичних осіб; комплексний підхід до оцінювання кредитоспроможності потенційних позичальників із застосування скоринг-систем, що спростить процедури отримання кредиту; забезпечення повноцінного функціонування всеукраїнського бюро кредитних історій, в якому мають бути сконцентровані дані про всіх потенційних позичальників; використання в банківських установах колегіального методу авторизації кредиту, який забезпечує більш детальний контроль за наданням кредитів; активне використання маркетингових технологій для забезпечення зростання обсягів споживчого кредитування, вияву потреб населення в нових видах кредитів.

Список використаних джерел

1. Тарасевич Н.В. Проблеми та напрямки розвитку ринку кредитування фізичних осіб / Н. В. Тарасевич // Економіка і суспільство. Економічні науки. 2017. № 13. С. 177–182.
2. Офіційний сайт ПАТ «Приватбанк». URL: <http://privatbank.ua>.

*Секція 2. Економіко-управлінські та комунікативні процеси
в цифровому суспільстві*

**CHANGE OF EDUCATIONAL PARADIGM
IN THE CONTEXT OF DIGITAL SOCIETY**

Chyzhykova I. V.,

Senior lecturer at the Department of foreign philology,
translation and professional language training
University of Customs and Finance

Tokarieva A. V.,

Associate Professor at the Department of foreign philology,
translation and professional language training
University of Customs and Finance

Holiak V. I.,

Senior lecturer at the Department of foreign philology,
translation and professional language training
University of Customs and Finance

Global complex changes connected with the digitalization and automation of all spheres of life, the accelerated development of new information technologies and, at the same time, the urgent need to address major global problems, such as climate change, population growth, natural resources scarcity, religious, ethnic and racial conflicts require new individual and collective efforts. Today, meta-skills come to the foreground, including a variety of thinking styles, collective intelligence, empathy. What we see today is a growing necessity for the change of educational paradigm and the design of learning models that will be relevant for students of the XXI century [1].

The key competencies of the future will include: a) social / emotional intelligence; b) media literacy / information hygiene; c) ecological intelligence – the ability to see oneself as a part of a complex, interconnected and interdependent system; d) development of creativity and thinking on the basis of available opportunities; f) cooperation and joint problem solving; g) metacognition / ability to learn [1, 2, 3].

New competencies dictate a revision of ‘education’ concept. First, modern education is seen as a process of supporting individual development from birth to death. Second, intellectual work in the «network society» requires work in teams, whose participants will complement each other's skills and knowledge by cooperating in a virtual environment [2]. Therefore, the new type of education puts emphasis on independent learning, personal development, the ability to choose learning methods, co-creation, problem-oriented learning, project-oriented learning, game and play-based learning, etc. as well as the global interconnectedness.

The change in the educational paradigm has led to the emergence of new terms, such as «holacracy» – management practice that transforms outdated hierarchical organizational structures into flexible, team-working, self-organized networks. ‘Interconnected curriculum’ – curriculum focused on the development of new professional networks aimed at promoting a particular research topic. «Self-guided learner» – a person who independently determines the goals and needs of learning, sets the pace, is able to find and create the necessary learning resources and immerse themselves in a variety of learning experiences. The concepts of «life-long learning» and «student autonomy» – ability to organize personal learning process, to make independent decisions and to be responsible for the educational process in the context of globalization, rapid development of digital technologies, the formation of new competencies – are also becoming central [2, 4, 5, 6].

In conclusion, we sum up that educational paradigm’s transformation involves changes in both educational processes and educational goals. Student-centered education with the possibility of independent learning on the one hand, and the collective creation of knowledge and transnational and inter-institutional solutions on the other, require changes in the knowledge transfer system, other principles of educational process organization, as well as new approaches in measuring academic success in new dynamic ways.

List of References

1. The Class of 2030 and Life-Ready Learning: The Technology Imperative. Microsoft and McKinsey & Company’s Educational Practice. 2018. URL: https://education.minecraft.net/wp-content/uploads/13679_EDU_Thought_Leadership_Summary_revisions_5.10.18.pdf (access available 18.08.2021).
2. Global Education Futures Agenda. Pavel Luksha, Director, GEF RF Group 2010-2015. URL: <https://www.edu2035.org> (access available 10.07.2021).
3. Loshkareva, E., Luksha, P., Ninenko, I., Smagin, D., & Sudakov, D. (n.d.). Skills of the Future. How to Thrive in the Complex New World. URL: http://www.globaledufutures.org/images/people/GEF_Skillsofthefuture_report.pdf (access available 25.08.2021).
4. Holacracy URL: <https://www.holacracy.org/> (access available 25.08.2021).
5. Dilly Fung, A Connected Curriculum for Higher Education. London, UCL Press, 2017. URL: <https://doi.org/10.14324/111.9781911576358> (access available 16.08.2021).
6. Чижикова І. В. Студентська автономія в контексті розвитку компетенцій XXI сторіччя. Академічні студії. Серія: Педагогіка. Випуск №3. Луцьк. 2021.

АЛГОРИТМИ ГЛОБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ТРЕНДОВИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ПАРАДОКС ЛЮДСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Безбородько Ю. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Кодацька Н. А.**, к.соц.н.,
доцент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

Активне користування месенджерами та соціальними мережами, загальна концепція яких з'явилась ще у 1960-х, а базовий функціонал запровадили у 1990-х, призвело до того, що у суспільстві панує наратив – глобальні комунікації між людьми різночасно змінюються, люди віддаляються один від одного. А тактильність та умовна спільна реальність в моменті взаємодії абсолютно девальвуються.

Як зазначили у своїй роботі М. Заргхам та К. Неббен «Алгоритми як політика»: «У оцифрованому суспільстві алгоритми виконують функцію політик, оскільки вони засновують правила управління на онлайн-платформах, але при їх розробці належним чином не враховуються інтереси тих, ким управляють» [1]. Дедалі частіше у ЗМІ та наукових роботах намагаються централізувати та популяризувати негативний вплив соціальних мереж на споживача. Аргументація майже тотожна - «мертві душі», так звані «боти», яких використовують у брудних політичних іграх; залежність та безкарність у мережі. Відсутність «писаних законів» та правил, дійсно, нерідко призводить до негативізації у реальності – смертельні челенджі, маніпуляції, фейки та пропаганда. Ряд країн намагаються «приручити» цифровий Всесвіт, наприклад, низками законопроектів, як в Франції чи Німеччині, або авторитаризмом та жорстокими обмеженнями, як в Росії. До слова, там безкарність користувачів та фоловерів впевнено перетворилася на обмеження волі. Так, ФСБ РФ звинуватула школярів у тероризмі за підрив їхньої будівлі, але створеної у грі Minecraft. Тож, медійне втручання на реальність стає все авторитетнішим, а пояснювати когнітивні процеси людей простіше через цю призму. У цьому запевняють більш оптимістичні гіпотези сприйняття людської взаємодії онлайн.

Сучасні соціальні мережі у точності повторюють основи суспільного життя у реальності - від емоційних взаємодій, соціальної стратифікації й ієрархії і до віддзеркалення дії політичних систем. Наприклад, дослідниця Анна Енгельхардт у своїй роботі «Машинні інфраструктури правди» наводить приклад верифікації користувачів, який фактично сприяє ієрархічному поділу, а саме сині галочки, що підтверджують особу, такі є у відомих авторів, політиків тощо: «Верифікація задумувалась як засіб підтвердження особистості, але її почали трактувати як символ підтримки та важливості» [2]. Комунікація у реальному житті має певні подразники-мотиватори, так само працює і мережа. Зокрема існує поняття engagement bait (з англ. залучення приманки) — це тактика створення повідомлень у

Facebook, які спонукають людей взаємодіяти через лайки, репости, коментарі та інші дії, щоб штучно збільшити залучення та отримати більше охоплення у стрічці новин. Українська журналістка та регіональна представниця ІМІ на Дніпропетровщині Валерія Мальченко, у своєму дослідженні алгоритмів соціальних мереж, зазначає – увага у соціальних мережах розподілена дуже нерівномірно: 20 % користувачів Twitter володіють понад 96 % усіх підписників, 93 % ретвітів та 93 % згадувань станом на 2016 р. А у 2018 р., відповідно до моніторингу Р. Фарзана та К. Лопеса, кількість вподобань на сторінках благодійних фондів та громадських організацій впливала на кількість пожертв. Когнітивні процеси у мережі відображаються яскравіше, аніж у реальності, тому у сучасному світі на сторінки та інтерфейси людей у месенджерах звертають чимало уваги, а науковці кажуть про нові емоційні прояви людей як характерний наслідок роботи мереж. Так, існує поняття емоційного зараження. Вчені Корнельського університету та Facebook у 2012 р. провели експеримент. Люди щодня споживали певну кількість негативного та позитивного контенту, прямо пропорційно, як довело дослідження у 2014 р. змінювалися й настрої споживачів. Емоційне дисонування контентові, звісно, є позитивним явищем. Це підтверджує й дослідниця Є. Іллуз, яка говорить про те, що концепція «медіаграмотності» має спиратися в першу чергу на чуттєвий досвід користувача. А вже потім на «критичне мислення». Адже емпатія на ті чи інші меседжі такий же якісний показник змісту контенту, як і раціональна реакція на аргументи і факти викладені в матеріалі. «Штучний інтелект не просто вирішує, що кому бажати, але самою своєю будовою наполегливо нав'язує агоністичний принцип комунікації», – зазначає автор та кінорежисер Олексій Мінько [3].

Тож, підбиваючи підсумок, ігнорувати вплив соціальних мереж на психоемоційний стан людини та на закони онлайн комунікації, що залишають слід на реальності, стає вже важче та безглуздіше. Соціальні мережі можуть бути впевненим інформаційним рупором, місцями єдності та політичним прихистком, як сталося цього року у Білорусі після невизнаних міжнародною спільнотою виборів. З іншого боку - месенджери можуть сприяти емоційним катуванням, ставати реагентами нових проблеми. Але, створивши правила діджиталізованої реальності, можна використовувати кожен інструмент навпаки, в цьому і є парадокс життя онлайн.

Список використаних джерел

1. Algorithms as Policy, Michael Zargham & Kelsie Nabben, 2020. URL: <https://kelsienabben.substack.com/p/algorithms-as-policy> (дата звернення: 12.09.2021).
2. Anna Engelhardt Machinic Infrastructures of Truth (2020) URL: <https://garage.digital/en/machinic-infrastructures-of-truth-2020> (дата звернення: 12.09.2021).
3. Олексій Мінько. Варті уваги: форми солідарності в світі платформ. URL: <https://supermova.com.ua/TEKST-PRO-SOL-DARN-ST> (дата звернення: 13.09.2021).

ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Хілько А. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Кодацька Н. А.**, к.соц.н.,

доцент кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів)

На даному історичному етапі розвитку суспільства відбувається чимало змін, пов'язаних з інформаційною складовою. Процеси глобалізації, діджиталізації та комп'ютеризації стали не тільки складовою ланкою життєвого процесу, а й призвели до трансформації медіапростору. Зокрема, можна спостерігати конвергентні редакції, нові жанрові формати, які дедалі частіше реалізуються за допомогою мультимедійності та навіть посилене віртуальне залучення до вирію інформаційної доступності. Однак більшість модифікаційних процесів у засобах масової комунікації відтворюються у реальність відповідно до пристосування аудиторії до інформаційного сприйняття.

Автором концепції про типи сприйняття інформації є новозеландський шкільний інспектор Ніл Флемінг, який спостерігав за різними класами і помітив, що лише деякі вчителі можуть донести інформацію до всіх учнів. Як наслідок, він зробив припущення, що люди по-різному сприймають інформацію [1]. Не зважаючи на те, що всього існує понад п'яти основних каналів сприйняття інформації (слух, зір, нюх, смак й тактильні відчуття), у повсякденному та професійному житті людьми використовується лише три складові, що і визначають поділ на аудіалів, візуалів та кінестетів.

Насамперед слід зазначити та охарактеризувати, що більша частина людського суспільства отримує інформацію за допомогою зорових образів («бачить картинками»), тому, уся їх увага спрямовується на візуальну складову, до якої належать: зображення, схеми, таблиці, текст. До другої частини відносяться люди, які здійснюють обробку інформаційних даних через слух: аудіокниги, подкасти, очні лекції, діалоги тощо. А людей кінестетичного типу відрізняє серед інших потреба у сприйманні інформації через тактильні відчуття. У такий спосіб інформація для них містить емоційний зміст та чуттєве наповнення, що виступає запорукою до більш поглибленого запам'ятовування і подальшого використання інформаційних даних [2].

Однак із стрімким розвитком інформаційних процесів у суспільстві почали виділяти четвертий, так би мовити додатковий тип інформаційного сприйняття – дискретний. Його особливість полягає у тому, що людина наділена логічним мисленням і здатна відтворювати не загальний опис події, а конкретні факти, підкріплені точними числами та словами. На сього-

днішній день існує понад 16 питань, розроблених Флемінгом, які є складовою частиною опитувальника VARK (дозволяє кожному дізнатись про особистий тип сприйняття інформації). Саме слово розшифровується як «візуальний, слуховий, читання/запис і кінестетика» [3].

В Україні наразі ситуація по психотипу має наступний вигляд: візуали – 37 %, аудіали – 7 %, кінестетики – 31 %, дигітали – 25 %. Щодо Великобританії та США, то можна помітити певну різницю, як-от: візуали – 40 %, аудіали – 30 %, кінестетики – 25 %, а дигітали – 5 %. Однак така тенденція є доволі непостійним явищем, оскільки кожне покоління людей з дитинства звикло до різних джерел інформації [4]. З точки зору створення медійного продукту, люди, які схильні до візуального способу сприйняття, найкраще запам'ятовують те, що мали змогу побачити. Як приклад, це може бути рекламний стенд на вулиці, реклама чи новини на телебаченні, оголошення на просторах Інтернету, мультимедійні жанрові структури журналістики тощо. Чим яскравіше, оригінальніше буде товар, тим більше вірогідності його купівлі візуалом, так само як і новини, які вони можуть відчувати через «ефект присутності» екрану. Існує думка, що ефект присутності залежить від величини екрану, через яке передається зображення, однак Т. Трошіанко, Т. С. Міз, та С. Хінд здійснили певну кількість досліджень. В результаті, більший вплив на відчуття присутності залежало від наявності сцен з людьми, ніж з пейзажами, не дивлячись на те, який розмір екрану було встановлено [5].

Щодо аудіалів, то звичайною формою отримання інформації для них є голос, інтонація, дикція, виразність та властивість заохочувати одними лише словами, художніми образами (епітетами, метафорами). Дивлячись на те, що аудіали все ж таки продовжують бути складовою частиною населення, саме майбутнє радіоперетворень і поява подкастингових платформ є для них найкращим способом для споживання інформаційної складової. На сьогоднішній день, більшість конвергентних редакцій пристосувалося до того, що створює подкасти та невеликі оголошення важливих новин у мережі. Це є не тільки швидким засобом передачі новини, а й аудіально дієвим способом. Набагато складніше оволодіти увагою кінестетів та дигіталів, адже вони сприймають все через інші канали, до яких, у свою чергу, велика кількість засобів масової інформації не пристосована. Можливо з аналітичним насиченням подій, їм вдасться бути на одній прямій з дигіталами, однак підкріплювати їх сприйняття необхідно також за допомогою діаграм, схем та графіків. Характеризуючи кінестетів, то вони є «поколінням майбутнього». Це пов'язано з тим, що з часом 3D можливості та інноваційні технології будуть удосконалюватись і можливо таким способом вони зможуть «доторкнутися» та відчувати інформаційні канали новим, унікальним способом.

Тобто, можна зробити висновок, що у суспільстві існує чимало різних способів сприймання інформації аудиторією. Кожна з наведених груп має свої особливості, наприклад, візуали сприймають інформацію через зорові

канали, аудіали через слух, кінестети через дотик, а дигітали – через логіку. Таким чином, рекламні компанії та засоби масової інформації для покращення зв'язку із суспільством, повинні підлаштовуватися під ці типи. Деякі із їх інновацій та структур вже наявні, однак можна знайти й місця для подальшого розвитку - удосконалювати прогресивність техніки для сучасного покоління споживачів інформації.

Список використаних джерел

1. Височанська О. М. Вплив особливостей сприйняття та передачі інформації при формуванні цільових виробничих груп персоналу. Економічний аналіз: зб. наук. праць / ред. В. А. Дерій. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. Том 19. № 2. С. 41–46.

2. Наука про навчання: розвінчання міфів. URL: <http://open.kmbs.ua/nauka-pro-navchannya-rozvinchannya-mifiv/> (дата звернення: 11.09.2021)

3. The Myth of «Learning Styles». URL: <https://www.theatlantic.com/science/archive/2018/04/the-myth-of-learning-styles/557687/> (дата звернення: 11.09.2021).

4. Чому ми це не розуміємо? URL: <https://myzno.setstud.in.ua/page12945609.html> (дата звернення: 12.09.2021).

5. Troscianko T . Perception while watching movies: Effects of physical screensize and scene type / Tom Troscianko, Timothy S. Meese, Stephen Hinde. – Iperception. 2012; 3 (7): 414–425. Published online Jul 5, 2012.

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Шостак А. В.,

студентка Бердянського державного педагогічного університету
(наукова керівниця – **Іванова Н.С.**, к.політ.н.,
доцент кафедри правознавства
Бердянського державного педагогічного університету)

Сьогодні світ перейшов на новий етап розвитку, де використовуються сучасні інформаційні технології, і головну роль на цьому етапі виконує саме інформація. Належне інформування громадян про роботу органів місцевого самоврядування є дуже важливим у формуванні позитивного іміджу.

Для управління громадою необхідна змістовна, достовірна та об'єктивна інформація, що надходить, обробляється, використовується своєчасно, тоді коли виникає необхідність в прийнятті того або іншого управлінського рішення. Формування кожного такого управлінського рішення має бути інформаційно забезпечено. Інформаційне забезпечення системи управління місцевих органів влади – це взаємопов'язана сукупність необхідної інформації, форм і способів її подання та організації в просторі й у часі, що забезпечує рішення необхідних завдань в системі управління

Зовнішніми зв'язками системи є зв'язки з інформаційною системою місцевого самоврядування і з головною системою місцевого самоврядування територіальних громад, а також соціально-політичні умови та нормативно-правове поле, в яких функціонує система інформаційної взаємодії влади та громади.

Інформаційна політика органу місцевого самоврядування має відповідати принципам наведеним на рис. 1 [1, с. 12].

Інформаційні ресурси повинні відповідати цілям управлінських структур і комплексу засобів, за допомогою яких вони видобуваються. Якщо інформаційні ресурси якісні та достатні, то державне управління носить системний і плановий характер й має реальні цільові установки.

Необхідно зазначити, що роботу з інформаційними ресурсами здійснює спеціалізований орган (управління, відділ, комітет) у складі органів місцевого самоврядування, який зобов'язаний:

- відстежувати інформаційні потоки;
- узагальнювати інформацію з конкретних питань;
- систематизувати оцінки конкретних проблем;
- формулювати висновки.

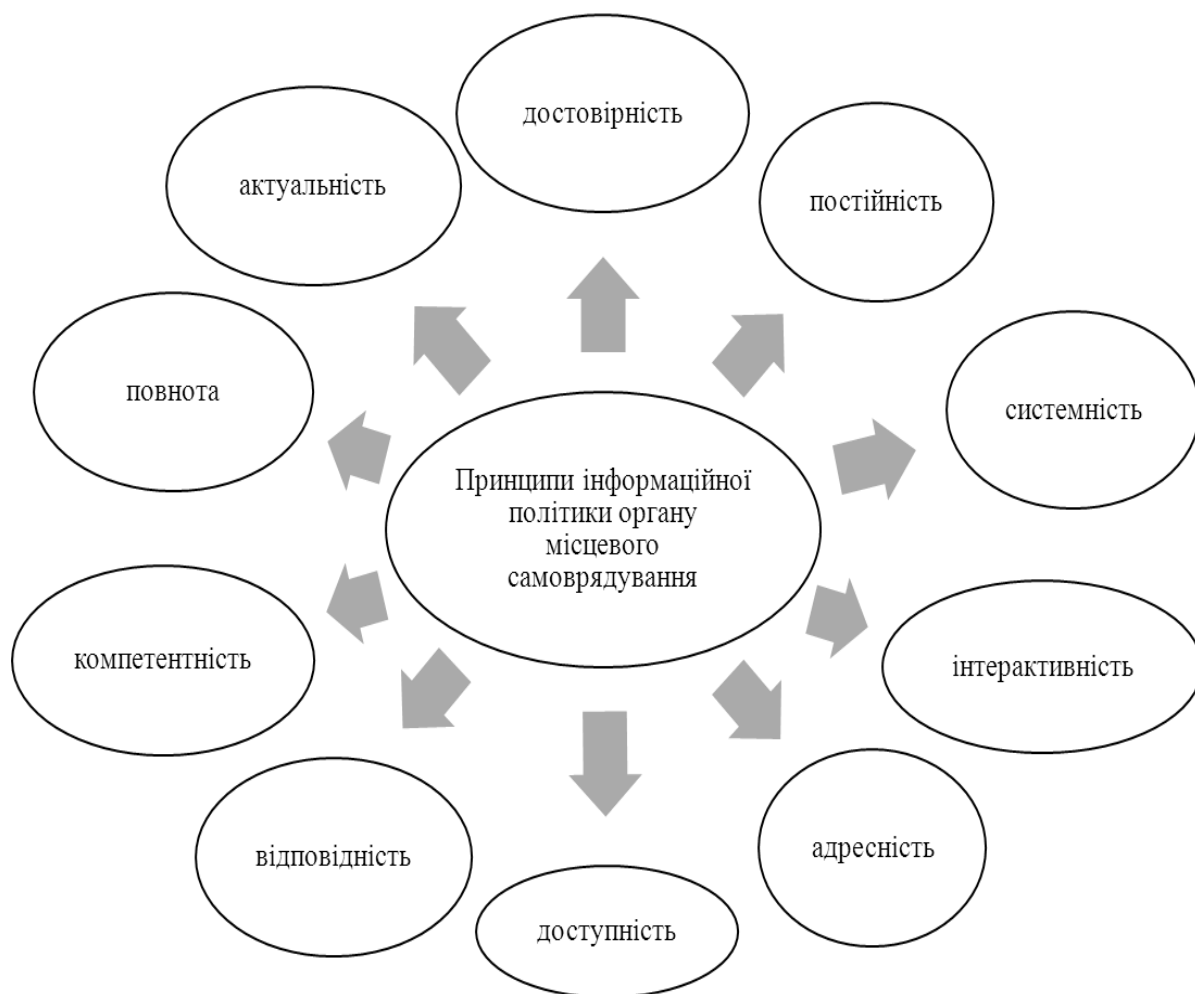


Рис. 1. Принципи інформаційної політики органу місцевого самоврядування
Розроблено автором на основі [2, с. 52]

В якості пріоритетного в організації цієї служби має бути правове регулювання питання, що стосується відповідальності за інформаційну підтримку в органах місцевої влади. В іншому випадку цілком ймовірно, що інформація, відправлена в структуру управління, буде спотворена. Оскільки якість прийнятих рішень залежить від надійності, своєчасності і повноти інформації, ці дії повинні також передбачати конкретну сувору відповідальність за надану інформацію. Впровадження таких заходів значно підвищить якість інформаційної підтримки та управлінського впливу органів місцевого самоврядування.

Отже, наявні практичні знання прийняття управлінських рішень у системі місцевого самоврядування супроводжується тимчасовим дефіцитом, і від цього маємо – інформаційну некомпетентність окремої частини службовців

Список використаних джерел

1. Августин Р. Р., Богач Ю. А. Адміністрування інформаційно-комунікативних технологій в умовах динамічного зовнішнього середовища. Наука молода. 2012. Випуск 18. С. 9–13.
2. Нестеренко О.В. Концептуальна модель інформаційно-аналітичної системи органа державної влади. Інформаційні технології і системи. 2003. Т. 6, № 1–2. С. 46–53.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Масан В. В.,
аспірант Українського державного
університету залізничного транспорту
(науковий керівник – **Каличева Н.Є.,**
д.е.н, доц., професор кафедри економіки
та управління виробничим
і комерційним бізнесом
Українського державного університету
залізничного транспорту)

Інституційний контекст розвитку підприємств залізничного транспорту передбачає втілення ефективних механізмів реалізації ідей, спрямованих на задоволення потреб економічних суб'єктів принципово новою продукцією.

У новій економіці інституційні основи взаємодії в галузі залізничного транспорту (програма стратегічного розвитку, законодавча база, критерії ефективності тощо) повинні мати чіткі межі. Адже бізнесове середовище повинно бачити прозорість функціонування підприємств залізничного транспорту, мати вільний доступ до інфраструктури для забезпечення ефекти-

вної взаємодії всіх суб'єктів перевізного процесу, незалежно від частки ринку, розміру та економічної сили бізнес-партнерів, сфери їх взаємодії, рівня формалізації відносин тощо [1]. Всього цього можна досягти за рахунок активного використання інформаційних технологій, як можливості досягти найоптимальнішого управлінського результату для забезпечення конкурентоспроможності на ринку в мінливих економічних умовах.

На сьогоднішній день інформаційні технології запроваджуються в усі сфери діяльності. Адже прийняття будь-якого рішення повинне відповідати ситуації, яка склалася, тому необхідно постійно отримувати інформацію про стан самої системи та динаміку оточуючого середовища. За таких умов необхідно застосовувати інформаційні та концептуальні моделі для прийняття відповідних рішень [2].

Необхідно зазначити, що застосування інтегрованих систем управління або систем інформаційно-аналітичного аналізу дозволяє приймати своєчасні та правильні рішення при багатofакторності вхідних даних, коли працівник не в змозі швидко прийняти найбільш об'єктивне рішення за обмежений термін часу. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств всіх сфер господарювання, в тому числі й залізничної галузі.

Формування сучасної інформаційно-аналітичної системи управління підприємством залежить від багатьох факторів, в основу яких покладено цільове призначення системи, характеристики людської ланки, тип і структура машинної ланки і тип взаємодії. Зокрема, інформаційно-аналітичні системи, що базуються на автоматизації основних видів діяльності організації на основі оперативних даних, а також іншої доступної інформації, є досить ефективними при прийнятті управлінських рішень, наприклад інформаційно-аналітичні системи, що використовують технології OLAP і DataminiG. Вони є найбільш інтелектуальними порівняно з іншими інформаційно-пошуковими системами, так як окрім накопичення інформації ними проводиться ще й її аналітична обробка.

При використанні інформаційно-аналітичних систем підприємства вирішують завдання щодо: аналізу діяльності взагалі та структурних підрозділів і філій, проведення комплексної оцінки діяльності, складання консолідованої звітності, контролю за виконанням розпоряджень та ін. [3].

Розробка інформаційно-аналітичних систем передбачає створення сховищ даних для збереження оперативної інформації, впровадження засобів OLAP і елементів DataminiG для аналізу даних та прийняття стратегічно важливих рішень.

Впровадження інформаційно-аналітичних систем в практику роботи господарського суб'єкта дає його користувачам значні переваги, а саме: можливість оцінки перспектив розвитку; значне підвищення обґрунтованості прийняття управлінських рішень, наявність потужних засобів аналізу і звітності, що дозволяють розширити можливості стратегічного управління для забезпечення його конкурентоспроможності.

Для підприємств залізничного транспорту, які змушені підлаштовувати господарську діяльність під вимоги сьогодення, особливого значення набуває питання створення систем підтримки прийняття рішень. Адже спроможність ефективного вирішення виробничих та управлінських питань є запорукою успішного розвитку галузі в сучасних мінливих економічних умовах [4]. Зокрема, під впливом інформаційних технологій відбувається зміна запитів споживачів, які підприємства залізничного транспорту інколи не можуть задовольнити в повному обсязі. За таких умов підприємствам сфери необхідно знаходити партнерів, які можуть бути залучені в технологічному ланцюзі створення додаткової вартості продукції транспорту. Найоптимальніший результат забезпечується при тісному контакті окремих господарських одиниць для досягнення загальної мети.

Поширення масштабу охоплення суб'єктів господарювання інформаційними технологіями створює умови для розширення і розбудови відповідної інфраструктури забезпечення процесів цифровізації, основу яких мають складати інноваційні бізнес-інкубатори, фонди підтримки інноваційних проєктів і розвитку підприємницьких ініціатив, інвестиційні та інноваційні фонди тощо [5].

Також підприємства залізничного транспорту для досягнення певного ступеня розвитку в інформаційному середовищі, повинні звернути увагу на [6]:

- наявність фахівців та розвиток інформаційної культури;
- спроможність знаходити партнерів;
- наявність інвестицій, інформаційної підтримки та технічних ресурсів, відповідних кадрів.

Підприємства залізничного транспорту мають чітко розуміти, що перспективи розвитку галузі пов'язані саме з перевагами застосування інформаційних технологій.

Таким чином, розвиток інформаційних технологій дає можливість підприємствам залізничного транспорту здійснювати діагностичну та аналітичну роботу в умовах постійної динаміки зовнішнього середовища для приймання оптимальних управлінських рішень та забезпечення ефективного конкурентоспроможного розвитку.

Список використаних джерел

1. Каличева Н. Є. Проблеми та перспективи розвитку економіки України в сучасній світовій економічній системі. Наука й економіка. 2015. Вип. 4 (40). С. 117–120.
2. Каличева Н. Є. Проблеми та перспективи впровадження інформаційних технологій у вітчизняній транспортній сфері. Сучасна економіка: актуальні проблеми та перспективи розвитку: колективна монографія. за ред. В. В. Прохорової. Харків: «НТМТ», 2014. С. 73–78.
3. Коваленко Ю. О., Левицький С. І., Лепа Р. М., Фінагіна О. В., Харіна К. В. Інформаційні системи на підприємствах: розвиток теорії та практики: монографія; НАН України. Ун-т економіки пром-сті: За ред. Лепи М. М. Донецьк: ООО Юго-Восток, ЛТД, 2007. 250 с.

4. Каличева Н. Є. Формування організаційно-економічного механізму управління конкурентними перевагами на підприємствах залізничного транспорту. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. № 65. С. 24–31.

5. Данніков О. В., Січкаренко К. О. Концептуальні засади цифровізації економіки України. Інфраструктура ринку. 2018. Вип.17. С. 73–79.

6. Чепурда, Л. М. Дослідження ефективності функціонування мережових структур невиробничої сфери обслуговування: частина 1. Бізнес Інформ. 2015. № 1. С. 218–222.

ANALYSIS OF THE PROCESS OF HUMAN SOCIALIZATION IN THE ORGANIZATION

Maksymenko O. O.,

student of the University of Customs and Finance

(supervisor – **Kovalova O. K., Ph.D,**

Assistant Professor of Foreign Philology,

Translation and Professional Language Training Department,

University of Customs and Finance)

Socialization always depends on and is determined by the nature of society itself: its needs and properties. Due to the fact that the world is changing and transforming – norms and criteria of human life take on new meaning, lose the old, and all of this affects the change of society.

First of all, the socialization of the individual is a process of mastering the existing behavior of the group and society: their values, norms, attitudes and rules. No less important in the formation of personality are its life positions, created by its upbringing and education by family, media, literature, art.

Socialization is a complex phenomenon in which there is a mutual influence of society on man, and man on society, the result of which is the human personality. However, socialization can not only be said in the context of educating the desired traits and qualities, it also includes the spontaneous influence of the social environment on the individual, where he eventually becomes involved in culture and becomes a full member of society.

To facilitate the socialization of a new employee in personnel management, the so-called orientation of new employees is carried out. Orientation is the process of attracting a new employee to the organization in which they have to work directly. The orientation program aims to acquaint with the history, philosophy, goals, rules of the organization, policy in the field of personnel management (mode of operation, the procedure for payment of salaries and bonuses, taking into account specific duties and responsibilities associated with the new job), as well as with his future colleagues.

Organizational socialization begins with the introduction and orientation of a new employee and causes the following behaviors:

– not the perception of values and culture of the organization. The consequence of such behavior is a person's search for a new job;

– approval and full submission to the values and acceptance of behavior in the organization. Such individuals will develop their abilities, qualifications and make a career;

– perception of only some of the most important values and norms of organizational behavior and corporate culture, demonstration of creative individuality. Such people contribute to the emergence of new ideas, new methods and principles of work, new problems, which, in turn, stimulate the development of the organization.

In general, socialization is aimed at combining the interests of the individual and the organization.

A person's entry into the organization is a complex and important process of socialization, the success of which depends on the further development of both the member of the organization and the organization itself. So, adaptation is probably the main step towards making the employee more productive. Through adaptation, workers learn: unwritten rules of the organization; a real leader or the one who has the most power in the team; chances for promotion and salary increase; adopted standards of conduct to be followed in the performance of their duties; in what form it is necessary to come to work; how to manage the time allotted for work and rest.

Based on this, the success of employees in the new place is largely determined not by the content of work, but by the social conditions in which it is carried out. Therefore, to successfully enter the organization it is necessary to study the system of values, rules, norms and behavioral stereotypes characteristic of the organization.

In the process of adaptation, special attention should be paid to the professional aspect. Professional adaptation is the gradual refinement of an employee's professional knowledge and skills to a certain level that will be required to perform their duties. To implement this feature, you should first analyze the level of preparedness of the worker and correlate it with the requirements of the position.

The success of socialization can be said based on the following characteristics: the new employee does not feel a sense of tension, fear, insecurity; the new employee has mastered the required amount of knowledge; performance indicators meet the requirements of management; the worker is satisfied with the assessment of his work; success at work is associated with success in life.

For all the variety of socio-psychological phenomena, the main source of their occurrence is the sphere of communication. In communication, the perception and understanding of man by man, the means of communication are formed. The process of interpersonal communication is the basis and is a major factor in the formation of socio-psychological phenomena. Socio-psychological phenomena arise as a reflection (cognition, experience and assimilation) of various forms of communication. But all of us acquire all socio-psychological traits primarily due to our own experience of communication, direct contacts in the social environment.

However, the current situation of the possible spread of coronavirus in Ukraine and abroad has dramatically changed the style and lifestyle of many

people. Going to work remotely turns many people's homes into online broadcasts. And despite the physical presence of other family members, the psychological involvement of everyone on the Internet leads to excessive overload and fatigue. In general, the process of socialization depends on the system of information exchange between members of society, especially in our era of globalization, but the receipt of a large amount of information every day does not always contribute to the process of socialization.

Thus, there are certain relationships between members of the workforce that affect the actions and moods of the employee. This is an employment relationship. The relationship of people in the workforce is largely determined by its leader and his management style. Communication plays an extremely important role in the socialization of the individual. It is in him that the personality is both manifested and formed. In the field of communication, socialization expands the circle of communication, enriches its content, deepens the understanding of other people, develops communication skills.

References

1. Shvedova TO Organization of the system of adaptation of new employees // Handbook of personnel management.-2010.-№4.-P.41-42
2. Organizational behavior / Ed. G.R. Latfullin, O.N. Thunderous. S. 336
3. Psychology: Textbook / Yu. L. Trofimov, V. V. Fisherman, P. A. Goncharuk and others; for order. Yu.L. Trofimova, K. : 2001. - P. 446–453.
4. Socialization. Educational mechanisms and technologies [Text]: teaching method. manual / Lukashevich MP - K. : IZMN, 1998. - 112 p

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Марчук В. В.,

студентка Національного авіаційного університету

У сучасних умовах цифровізації суспільства для ефективного розвитку вітчизняним підприємствам необхідно активізувати свою комунікаційну діяльність в мережі Інтернет. Цифрові інформаційно-комунікаційні технології здійснюють активний вплив на маркетингову діяльність підприємств, суттєво змінюючи її форми та методи. Це вимагає нових підходів до трансформації поглядів на управління маркетингом та використання маркетингового інструментарію. В таких умовах в теорії і практиці сучасного маркетингу сформувався і набув розвитку окремий напрямок – інтернет-маркетинг, який активно і ефективно впливає на всі напрямки діяльності підприємств незалежно від форми власності.

Інтернет-маркетинг та його інструменти приваблюють: простотою створення контенту, швидкістю поширення інформації, безкоштовними каналами розповсюдження інформації; можливістю охопити ширшу аудиторію споживачів з більш «прицільним» таргетуванням, нижчими трансак-

ційними та операційними витратами; інтерактивністю – прямою контрольованою взаємодією з потенційним клієнтом; скороченням часу на пошук партнерів по бізнесу і здійснення угод; відсутністю фізичного, географічного та мовного обмеження бізнесу; оперативним кількісним вимірюванням ефективності маркетингових інструментів (відвідувань, переходи, кліки, реєстрація, покупок, рекомендації, коментарі); індивідуалізацією та персоналізацією пропозиції, побудовою міцних довгострокових партнерських взаємодій з клієнтами; управління позитивним клієнтським досвідом (взаємодіями між клієнтом та компанією), що дозволяє підвищити задоволеність та лояльність клієнтів та забезпечити стабільність доходів; зростанням соціальної відповідальності компаній; можливість залучити споживача у створення бранда та підвищення його цінності; гіпермедійністю, яка дозволяє представляти контент у вигляді тексту, графіків, діаграм, фото, аудіо-відеоанімації [1].

Завданням, з яким найбільш ефективно справляється інтернет-маркетинг, є просування товарів шляхом цільового інформування споживачів та отримання відгуку від них. Для цього слугує значна кількість сучасних інструментів [2, 3]:

- контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct – це різні оголошення (текстові, графічні, відео), які показуються користувачам відповідно до їхніх пошукових запитів, інтересів або поведінки в Інтернеті;

- технологія Big Data – передбачає збір, зберігання та аналіз великих обсягів даних для виявлення алгоритму формування ефективних моделей поведінки цільової аудиторії, поведінки конкурентів, ефективність маркетингової стратегії;

- ретаргетінг (retargeting) – інструмент маркетингу, за якого рекламні оголошення націлені на ту цільову аудиторію користувачів, які вже взаємодіяли з підприємством: відвідували сайт, переглядали товари чи послуги, починали оформляти замовлення, проте не прийняли позитивне рішення щодо замовлення;

- мобільний маркетинг – сукупність інструментів просування, які реалізуються за допомогою мобільного зв'язку та мобільних пристроїв;

- email-маркетинг – сукупність комунікацій із цільовою аудиторією, за допомогою яких підприємство просуває послугу чи товар та зміцнює свій бренд, де для обміну інформацією використовуються мобільні пристрої;

- вірусний маркетинг – особливий вид маркетингу, в якому головним розповсюджувачем інформації про підприємство є його клієнти. За умови зворотного зв'язку зі своїми клієнтами підприємство активно впроваджує рекомендації та ідеї в практику з метою максимального підвищення споживчого інтересу;

- SMM (social media marketing) – соціальний медіа-маркетинг. Це просування продукту та послуг у соціальних мережах, блогах, групах, форумах, на популярних платформах, які використовують споживачі Facebook,

Instagram, Twitter, фотохостинг Pinterest, ділова соціальна мережа LinkedIn, сервіси мікроблогів Tumblr і Flickr, відеохостинги YouTube і Vimeo, індивідуальних меседжерах WhatsUpp, Viber і Telegram;

– SMO (social media optimization) – оптимізація для соціальних мереж;

– SEO (search engines optimization) – оптимізація сайту в пошукових системах. За допомогою даного методу можна підвищити видимість сайту підприємства по ключових запитах. У результаті SEO збільшується відвідуваність сайту і, відповідно, обізнаність цільової аудиторії про підприємство, його товар чи послугу.

Отже, сучасні компанії для забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності та залучення цільової аудиторії активно використовують інструменти Інтернет-маркетингу. Завдяки комплексному поєднанню відповідних інструментів виникає можливість збільшення ймовірності контакту та залучення потенційних клієнтів на різних ресурсах у мережі Інтернет.

Список використаних джерел

1. Білик В.В., Сергієнко О.А., Крупенна І.А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації [Електронний ресурс] // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2020. – № 825. – Режим доступу: <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/123/87>

2. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління // Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 296–299.

3. Мозгова Г. В. Інструменти Інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств [Електронний ресурс] // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2013. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429>.

НОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ВИКЛИКИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Думчиков О. В.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Ягчук О. М.**, к. н. з соц. ком., доцент,

доцентка кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів)

Сучасний світ – світ цифрових технологій: люди користуються інтернетом, різною технікою, що прискорює здатність отримувати масову інформацію. Важливим компонентом цифрового суспільства залишається комунікація – активно здійснюється обмін інформацією, відповідно, може формуватися громадська думка. Основним викликом для цифрового суспільства є трансформаційні процеси, де звична комунікація, побудована на основних засадах безпосередньої взаємодії отримує технічний розвиток і

змінюється. Саме тому питання огляду сучасних викликів, та моделювання їх подальшого розвитку є актуальним не тільки для галузі соціальних комунікацій, але і для інших професій: економістів, політиків, міжнародників, правознавців, лінгвістів, соціологів, політологів тощо.

Традиційним для масової комунікації залишаються різні інформаційні майданчики – для сфери комунікаційного впливу. Для них у цифровому суспільстві використовують як традиційні телебачення, радіо, так і інтернет комунікацію. Підтримують комунікативні процеси журналісти, блогери, піарники, рекламисти, менеджери, політики, а також споживачі інформації. Іншими словами: професійні комунікатори та окремі представники аудиторії. Виокремимо особливості кожного каналу, їх особливості, порівняти та простежити поширення інформації для формування громадської думки залежно від визначеної платформи.

Телебачення має потужні можливості для розвитку комунікацій. Найбільше прояв комунікаційної взаємодії можуть розкрити окремі повідомлення, або більш традиційно контент, який можна дивитися будь-кому. А саме: журналістські інтерв'ю, кореспонденція, та спеціальні програми, участь в яких можуть брати, пересічні громадяни, а також представники з кола політичних експертів. Під час інтерв'ю журналіст спроможний представити громадську думку чи позицію соціальної, національної чи іншої групи. Одним із відомих видів, можна згадати такий як «інтерв'ю в редакції». Журналісти, як професійні комунікатори, які працюють в галузі кореспонденції мають повідомляти про факти, поточні ситуації і звісно про їх розвиток, взаємодіючи з суспільством [3].

Одним з поширених форматів телемовлення побудованих на технології інтерв'ю є ток-шоу, куди запрошують різних представників для обговорення дискусійних питань, тут комунікативні процеси працюють масово. Усі характеристики сучасного ток-шоу можна побачити в сучасному інформаційному просторі і України зокрема, наприклад, у програмі «Гра Z вогнем» (телеканал ZIK, 2018–2019 рр.) [2]. Саме в цьому ток-шоу можна виокремити масові комунікації, що відбувалися у студії каналу у форматі дебатів. Під час цього ток-шоу розглядалися найгарячіші соціальні політичні теми, які найбільше хвилювали глядачів. Переважно гостями програми можна згадати – топових експертів і політичних діячів. З'явилась ця програма в ефірі після закриття подібного ток-шоу під назвою «Зіткнення». Ширше це можна побачити, переглядаючи випуск програми «День пам'яті vs День перемоги» 8 травня 2019 р. [1] – дебати, участь в яких брали четверо запрошених гостей. Їх тема: «Як має відзначати Україна закінчення II Світової війни». У цьому випуску були присутні елементи комунікацій із суспільством у цифровому просторі, а саме інтерв'ю між учасниками комунікаційного процесу, яке відноситься до інформаційного жанру журналістики. Так ми можемо ідентифікувати продукт як інформаційно-політичне ток-шоу. Проте, форма взаємодії побудована на деба-

тах, як комунікаційній технології підтверджує активне залучення до трьох соціальних тем, активності модератора, участі гостей та аудиторії.

В радіо просторі простежуються аналогічна трансформаційні процеси, як і з телебаченням. Самі інтерв'ю між різними людьми відбуваються також, за допомогою обладнання, із якого може виступати мікрофон. На радіо можна зустріти поширений вид контенту, як подкасти. Подкастинг можна навіть надати до прослуховування кожному споживачу інформації, який цікавиться нею поза традиційною сіткою мовлення.

Найбільш цікаво трансформаційні процеси в інтернет середовищі помітні на прикладі соціальних мереж. Через них активно можуть взаємодіяти блогери, журналісти, або політики зі своєю глядацькою аудиторією. Поширені соціальні мережі, які дають цю можливість – YouTube, Facebook і Twitter. У кожній із них людина здатна спілкуватися віддалено, знімаючи відео та пишучи статті. Це може споживати читач, або глядач, роблячи висновок. У відповідь він може спілкуватися такими самими методами, коли має для цього можливість та бажання, використовуючи коментування.

Таким чином, дослідуючи нові комунікаційні виклики в цифровому суспільстві, ми дійшли висновку, що сучасні комунікаційні трансформації пов'язані з розвитком різних професій, і відображаються на основних комунікаційних платформах масової комунікації, використовуючи, як традиційні медіа, як телебачення, або радіо, так і новітні, особливо соціальні мережі.

Список використаних джерел

1. «Гра Z Вогнем» «День пам'яті vs День Перемоги» URL: <https://www.facebook.com/telekanalZIK/videos/422990685193081> (дата звернення 26.09.2021)
2. Сайт телеканалу ZIK URL: <https://zikua.tv/tv>
3. Інтерв'ю. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 1 : А — Львів. С. 427.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЗМК НА ГРОМАДСЬКУ СВІДОМІСТЬ НА СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ УКРАЇНИ

Сенкевич Г. А.,

доцент кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів

Управління масовими комунікаціями сприяє створенню сприятливих умов для підвищення ефективності діяльності та впливу інформаційного потоку на аудиторію. Комунікаційні недоліки, спричинені людськими поведінковими аспектами діяльності суб'єктів впливу, виявляються в соціально-психологічній напруженості, у конфліктах, у зіткненні інтересів, в

«розривах» ділової комунікації, у відмові від співпраці і в інших «симптомах» нездорового морально-психологічного клімату, що формується шляхом реалізації комунікативного процесу. Комунікація «вбудована» в усі провідні типи управлінської діяльності, тому є необхідною умовою їхньої реалізації. Система комунікацій є провідним серед факторів управління процесом організаційного розвитку медіа середовища, тому вимагає комплексного підходу до вивчення і систематизації [1, с. 37].

Управління масовою комунікацією виражається в цілеспрямованому впливі на споживачів інформації. Поряд з класичними функціями комунікації – контроль, мотивація, емоційний вираз, передача повідомлення – деякі дослідники-комунікавісти виділяють також специфічні функції [2, с. 173]. Відтак побудова ефективних комунікацій відбувається в результаті якісного наповнення класичних функцій управління новим змістом, а також шляхом реалізації низки спеціалізованих функцій, які обумовлені застосуванням нових управлінських, маркетингових та інформаційних технологій, інноваційною активністю джерела інформації.

Громадська думка як повсякденний продукт соціально-політичного віддзеркалення суспільного буття ідентифікує власний інформаційний простір, у котрому перетинаються політичні технології і засоби масової комунікації як інструментарій та результат діяльності. Зазвичай громадську думку подають як своєрідний феномен різноманіття суспільних поглядів, котрі формуються за допомогою ЗМК, але у цивілізованому (з точки зору сталої демократії) світі – на замовлення громадськості, а в Україні, на жаль, у багатьох випадках зовсім не спільнота замовляє тематику та впливає на редакційну політику. Для власника мас-медіа зазвичай визначальним є виконання фінансових зобов'язань перед замовником.

Для встановлення причин впливу ЗМК на громадську свідомість можна припуститися думки, що вона формується ззовні і не є самовідтворюваним суб'єктом. Жодні наукові дослідження не зможуть запропонувати механізм, який забезпечить консолідацію мільйонів розрізнених опцій в одну чітко визначену структуру. Для цього необхідно здійснити набір презентацій нетотожних, часом протилежних, поглядів на одну проблематику, метою якого є ознайомлення різних сторін-носіїв власної оцінки з загальними настановами. У. Ліппманн називав аудиторію пасивними споживачами інформації, адже процес усвідомлення дійсності і формування картини світу у людей відбувається за посередництва стереотипів, які виникають під впливом ЗМІ [3, с.32].

З точки зору масових інтересів певних соціальних груп, цю функцію могли б здійснити безпосередньо лідери громадської думки, котрі на рівні комунікаційних контактів могли б забезпечити обмін та порівняння різних позицій. Подібна комунікація не є цілком об'єктивною, стовідсотково виваженою, конкурентоспроможною, а рівень її репрезентативності завжди достатнім. Звернемо також увагу на вплив так званих внутрішніх фільтрів, коли чітка настанова «від імені» все рівно несе відбиток того, хто дану позицію відстоює.

І основне. Охоплення споживацької медіа-аудиторії лідерами громадської думки, яким би не був їхній політичний та соціальний рейтинг, не може бути гарантовано масштабним без налагодженого інформаційного середовища з точки зору довіри споживачів інформаційного продукту. Цілком очевидно, що в епоху бурхливого розвитку науково-технічного прогресу, різноманіття інформаційно-комунікаційних технологій мережеві платформи забезпечують можливості публічних висловлювань та поширення інформації на загал.

У той же час засоби масової комунікації залишають за собою монополну можливість залучити будь-яку аудиторію, тобто мотивувати чи спонукати громадян поглинати подану інформацію. Сучасна соціологічна наука розширює застосування моніторингу громадської думки, проте аспекти її формування та чинники впливу на неї залишаються не зовсім відкритими.

Завдяки сучасним медіа-технологіям ЗМК мають можливість за досить короткий час змінити погляд суспільства на певну проблему, хоча у частини споживацької аудиторії сформувалося критичне мислення щодо інформації суто маніпулятивного характеру. Це свідчить про зростання свідомості пересічного громадянина, а також впровадженню медіа грамотності серед населення, котру здійснюють останнім часом медіаосвітні інституції.

Проте, значна частина українців-споживачів інформації продовжує поглинати так звані фейки завдяки занадто насиченому інформаційному потоку, в наслідок чого у людини виникає синдром інформаційної втомленості, часто вона просто не має бажання витратити зусилля на мозкову діяльність щодо аналізу і структуризації цих потоків. До речі, фахівці-психологи наводять багато прикладів, коли інформаційна перенасиченість призводить до психічних розладів, навіть, до депресії.

Добре розуміючи фізіологічні можливості людини та обмеження її мозкової активності у певні періоди життєвого циклу деякі виробники інформаційного продукту підлаштовуються під це і заходять нові форми подання інформації, насамперед ті, що людська свідомість легше поглинає та засвоює. До такої форми можна віднести, наприклад, аудіоподкасти, котрі сприймаються на слух навіть у «пасивному» стані – не треба напружувати зір, мозок тощо. Дуже часто формою аудіоподкасту пропонується діалог, дружня бесіда молодих та веселих людей, котрі жартують, сміються проявляють емоції у інший спосіб, створюючи умови чогось позитивного. Відповідно у людини, котра їде у метро або стоїть у пробці на власному авто, виникає дружнє почуття і до співрозмовника, і до обраної ними тематики. З кожним роком їхня кількість у медіапросторі зростає зі швидкістю геометричної прогресії.

Можна також звернути увагу на форму подання новин на деяких телеканалах: молоді телеведучі, сидячі на дивані, розмовляють про доволі серйозні речі у формі гри, дружньої розмови. Антураж, одяг і, навіть, макіяж журналістів натякає на довіру, на легке сприйняття контенту, а не на його

аналіз. Тобто, робиться все можливе, аби позбавити глядача можливості критичного мислення.

Зазначимо також, що сьогодні по різних каналах ЗМІ транслюють велику кількість передач, ток-шоу, які формують у людини певну політичну позицію, котра є результатом впливу політичних еліт. Зазвичай вона не перевіряється та критично не оцінюється, тобто сприймається споживачем на основі довіри, тобто «всліпу». Результатом відсутності чи недостатності критичного мислення у громадян спотворюється уявлення про подію або щодо її неупередженої оцінки.

Таким чином, сьогодні, масова комунікація визначається як процес «виробництва інформації», її передачі засобами радіо, телебачення, преси і спілкування людей як членів «маси», що здійснюється за допомогою технічних засобів. Стратегічною функцією масової комунікації є формування масової психології, а стосовно кожної людини – певної її соціально-політичної орієнтації. Саме тому, в рамках концептуальної моделі ефектів впливу акцентується увага на наступній їх сукупності.

Список використаних джерел

1. Морозова Н. А. Управление коммуникациями в организации // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2010. – №. 2. – С. 173-181.
2. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. Галузі – журналістика та інформація / В. В. Різун. – К.: Видавничий центр–Просвіта, 2008. – 260 с.
3. Lippmann W. The World Outside and the Pictures in Our Heads. Public opinion. 1922. P. 3–32.

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ

Шинова В. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Кодацька Н. О.**, к.соц.н.,
доцент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

Українські преса, радіо, кіно та телебачення поступово виходять з глибокої кризи. Не дивлячись на постійне зростання кількості видавництв, каналів тощо, багато проблем ще залишається. Велика кількість телеканалів, книговидавців служать певним політичним особам. Вони висвітлюють інформацію через призму поглядів тієї чи іншої людини. Популярними стали вклади у медіа, ніби через підтримку інформації. Україна займає одне з перших місць в СНД за кількістю законів присвячених діяльності мас-медіа. Здається, що ця діяльність достатньо врегульована і проблем вже не має бути, але рівень застосування цих законів є дуже низьким. Закони, що існують, але не функціонують, є неефективними для суспільства.

Основною проблемою залишається економічне становище українських медіа. Для багатьох вони служать не для отримання прибутку, а для формування вигідної суспільної думки. «Журналістами легко управляти, коли вони знають, що їх заробітна плата залежить не від аудиторії і реклами, а від внесків власника органу медіа» [1]. Саме кризовий стан видань призводить до поширення такого явища, як прихована реклама. Багато органів мас-медіа не є засобом інформування аудиторії, а інструментом впливу фінансово-політичних угруповань. Таким чином, інтереси суспільства відходять на другий план. «У чому сутність медіа-бізнесу? Коли до людей приходять горе, потрібно просто його продати у вигляді новин» [2].

Через канали масової комунікації держава здійснює контроль над суспільством, шляхом надання вигідної їм інформації та замовчуючи реалії. В Україні не існує поняття прозорості журналістики, цензура держави змінилася на цензуру власника, а антимонопольне законодавство так і не почало працювати. Нове законодавство прибрало майже всі українські канали, що перешкоджає формуванню патріотичного суспільства, а також сприяє негативним впливам на громадську думку. В Україні медіа перебувають на етапі розуміння важливості PR-комунікацій, вони ще не усвідомлюють що хороша репутація є залогом будь-якого грошового активу, а його запорукою є ефективні комунікації.

Будь-яке медіа-видання для свого вдалого існування повинно використовувати усі можливі та неможливі засоби, щоб здійснити PR-комунікацій в медіапросторі, в іншому випадку воно може опинитись у списку аутсайдерів. Щоб функціонування видання було успішним, воно повинно вкладати у свій медіа-простір сприятливі для себе повідомлення. Якщо воно цього робити не буде, цей простір навколо буде заповнюватися стихійно або цілеспрямовано конкурентами. Таке неконтрольоване заповнення може задовольняти видавництво, а ще гірше - може нашкодити його репутації та іміджу, а це з часом буде відбиватися на прибутках. Негативна інформація не є такою страшною, як замовчування інформації.

Проблема однобічної політичної орієнтації журналістів регіональних друкованих ЗМІ полягає в тому, що регіональні мас-медіа достатньо часто обирають основною формою подачі політичних новин передрук тих новин, які вже існують в інформаційному просторі країни. Перенесення політичних новин зі сторінок центральних видань (зокрема з інтернет-видань) веде до того, що інформація політичного змісту майже не відрізняється за переказом сутності подій, але дуже відрізняється за їх підбором і якістю висвітлення. Можна визначити, наприклад, що політична подія одна для всієї країни, а журналісти різні, редакційні колективи по-різному сприймають їх хід, тому й висвітлення її відрізняється в різних регіональних ЗМІ. Такий стан справ можна вважати нормальним для демократичного суспільства [3].

Отже, якщо про організацію не говорять - вона не існує. Щоб забезпечити собі інформаційну присутність для організації надзвичайно важливо бути представленою в медіапросторі. Завдання PR-фахівців у видавничій галузі – комунікувати з читачами, висвітлювати діяльність видавництва у

медіапросторі, встановлювати довіру між видавництвом і усіма цільовими аудиторіями [4].

Аналіз сутності взаємодії соціально-комунікаційних технологій та суспільства спрямований в основному на конкретизацію основних аспектів дії зазначених технологій. Наприклад, В. Іванов зазначає, що існують дві принципові програми впливу медіа: маніпулятивна і формувальна. При цьому різницею вважається тип взаємин об'єкта і суб'єкта комунікації, шляхи комунікації, тобто апеляція до підсвідомого сприйняття у першому випадку і свідоме сприйняття у другому. Українські дослідники соціально-комунікаційних технологій пов'язують їх передусім із формувальним впливом на масову свідомість [5].

Таким чином, особливістю сучасного українського медіапростору є активне використання маніпулятивних технологій для формування відповідної громадської думки, що задовольняє приховані цілі та інтереси власників засобів масової комунікації, при цьому нівелюючи базові журналістські стандарти.

Список використаних джерел

1. Валерий Іванов. Краткий обзор украинских медиа. URL: <https://www.aup.com.ua/school/prezentacii-ta-materialy/ogljad-media/> (дата звернення: 19.04.2021).
2. Медіа. URL: <https://cityinfo.info/topic/media> (дата звернення: 20.04.2021).
3. Холод С. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. 2-ге вид., доп. і перероб. Львів : ПАІС, 2011. 288 с.
4. Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа. URL: <https://studfile.net/preview/7319600/page:3/> (дата звернення: 19.04.2021).
5. Прикладні соціально-комунікаційні технології. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska_Applied_social.pdf : навчальний посібник / Н. В. Островська. Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ ЛОКАЛЬНИХ БРЕНДІВ В ІНТЕРНЕТІ

Руденко Ю. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Дрешпак В. М.,** д.н. держ. упр., проф.,

професор кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів)

Сучасний ринок надзвичайно конкурентний, тому місцевим компаніям часто стає за проблему дати змогу почути про себе і виділитися, особливо коли вони тільки починають роботу, а бюджет обмежений. На щастя, Інтернет пропонує місцевому та малому бізнесу дешевші, але не менш ефективні можливості для вирішення їхніх маркетингових потреб, які потребують вкладення хіба що часу та креативних зусиль.

Місцевий бренд – це бренд, який рекламує та орієнтує свою продукцію й послуги на обмежену кількість споживачів на основі їх географічного положення [1]. Наприклад, у місті Дніпро такими можна назвати мережу ресторанів «Гурманія», «Мережа продуктових супермаркетів – «VARUS»», інтернет-ресторан, доставка «Суші та лапша – 966», «Контактний зоопарк Звірополіс».

Локальні бренди мають низку істотних переваг у порівнянні зі світовими, а саме:

- місцевим брендам легше аналізувати потреби своїх споживачів, адже вони мають більше можливостей розкрити потреби, переваги, з'ясувати, чого не вистачає їхнім конкурентам, і задовольнити потреби своїх клієнтів;

- вони можуть позитивно впливати на створення робочих місць у своєму місті, а, отже, є ближчими до свого споживача;

- вони отримують користь від безпосередньої комунікації, адже задоволені клієнти ніколи не мовчать і згадують про бренд, з яким вони мали позитивний досвід, навіть під час побутового спілкування. Це допомагає природно просувати місцеві бренди;

- вони співпрацюють з іншими місцевими брендами, оскільки місцеві підприємства можуть налагодити взаємовигідну співпрацю. Наприклад, маленька домашня пекарня може рекламувати свою продукцію в кав'ярнях, а виробник спортивного інвентарю співпрацювати з фітнес-клубами та спортзалами.

Є декілька технологій просування локальних брендів в мережі Інтернет.

Просування в соціальній мережі. Соціальні медіа глибоко увійшли в наше життя, тому є прийнятними і для бізнесу у ролі маркетингового інструменту. Хоча існує безліч платформ соціальних медіа, найкраще зосередитися на тих, які найкраще відповідають встановленим маркетинговим цілям [2]. У Дніпрі таку технологію, наприклад, використовує інтернет-ресторан, доставка «Суші та лапша – 966».

Використовування локальних SEO. Для малого бізнесу місцеве SEO має вирішальне значення для того, щоб стати органічно відкритими в Інтернеті. Розмістити інформацію про свою компанію в онлайн-каталогах бізнесу, таких як Google – це хороший спосіб почати власну справу. Ключовим моментом є забезпечення інформацією про компанію. Принаймні, назва компанії, адреса та номер телефону, а також веб-сайт компанії мають бути легко знайденими пошуковими системами. Прикладом застосування цієї технології є «Контактний зоопарк Звірополіс».

Організація ділового блогу. Діловий блог часто є ігнорованою технологією просування локальних брендів в Інтернеті, але він є одним з найпотужніших. Ведення блогів може допомогти бізнесу різними способами: залучення трафіку на веб-сайт компанії і, отже, покращення SEO, спілку-

вання з аудиторією та утвердження бренду як лідера громадської думки. У діловому блогуванні важливо оновлювати свій блог якомога частіше. SEO та актуальність вмісту також відіграють ключову роль у створенні успішного блогу [2]. До прикладу, цією технологією також скористався дніпровський інтернет-ресторан, доставка «Суші та лапша – 966».

Підготовка та поширення в мережі пресрелізів. Щоразу, коли бізнес робить щось примітне, наприклад, ініціює місцеву подію або співпрацює з новим підприємством, написання пресрелізу та поширення його в Інтернеті відіграє значущу роль. Пресреліз – це потужний інструмент для створення публічності, він також допомагає підвищити репутацію бренду в Інтернеті, а також рейтинг SEO [3], а також привернути увагу медіа. Цю технологію використовує найширше, зокрема «Мережа продуктових супермаркетів – «VARUS»».

Участь в онлайн-спільнотах. Онлайн-спільноти також можуть бути комунікативним середовищем для успішних власників бізнесу, а Інтернет пропонує безліч можливостей для створення мережі та спілкування з іншими підприємцями й потенційними клієнтами. Для кожної ніші можна знайти відповідні спільноти в Інтернеті, наприклад, у Facebook, та на онлайн-форумах. Але просто просування бізнесу в онлайн-спільнотах, швидше за все, дратуватиме певну аудиторію, тому потрібно також активно налагоджувати стосунки з місцевою громадою й поза мережею Інтернет, брати участь у місцевих справах [3]. Така технологія також поширена. Прикладами можуть бути інтернет-ресторан, доставка «Суші та лапша – 966» та мережа ресторанів «Гурманія».

Отже, сучасний світ активно цифровізується, а комунікації все більше набувають рис мережевих. Просувати локальний бізнес за допомогою реклами товарів або послуг у мережі Інтернет – це одна із найбільш ефективних і привабливих на сьогодні технологій маркетингової комунікації, що дозволить залучити більшу аудиторію. При цьому просування місцевих послуг та продуктів у мережі може зробити бренд популярним не тільки на локальному рівні, а й всесвітньо відомим.

Список використаних джерел

1. Баннікова А. Сучасний брендинг / А. Баннікова // Рекламист. – 2007. – № 4. – С. 23–28.
2. Ладик С. Первые шаги в интернет-брендинге / С. Ладик // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 1 (173). – С. 69–73.
3. Хамініч С. Особливості створення конкурентоспроможного бренду [Електронний ресурс]. – <http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php>

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ ПРОЕКТНИХ ПІДПРИЄМСТВ У БУДІВНИЦТВІ

Шумак Л. В.,

аспірантка кафедри економіка будівництва,
Київського національного університету будівництва та архітектури
(науковий керівник – **Сорокіна Л. В.**, д.е.н.,
професор кафедри економіка будівництва,
Київського національного університету будівництва та архітектури)

Цифрові технології можуть зробити істотний вплив на процеси будівництва. Демократизація даних про проект дозволяє поліпшити взаємодію всіх учасників інвестиційно-будівельного проекту, піти від паперового документообігу. Застосування програм в системі автоматизованого проектування є частиною загальносвітової тенденції розвитку сучасних комп'ютерних цифрових технологій, впроваджуваних в проектування, будівництво та експлуатацію. Цифрова трансформація тісно пов'язана з розвитком засобів виробництва, обчислювальних потужностей, інформаційних, цифрових технологій. Цифрова економіка визначається трьома ключовими атрибутами: інтенсивне використання цифрових технологій; нові способи ведення бізнесу; нова додана вартість.

В проектних підприємствах в будівництві наявність чітко діючих комунікацій сприяє вирішенню багатьох організаційних проблем. Забезпечення стійких відносин із зовнішнім середовищем, координації діяльності окремих структурних одиниць в проектних підприємствах щодо спільної мети, надання підрозділам проектних підприємств необхідної робочої інформації та цільових вказівок і т. п. Інформація яка циркулює всередині проектного підприємства виконує наступні завдання: 1) є формою взаємозв'язку, взаємодії компонентів (підрозділів) і забезпечує контакти з зовнішнім середовищем; 2) обслуговує всі функції управління – від підготовки та прийняття рішення до підведення результатів виконання рішення; 3) є безпосередньою причиною вибору проектного підприємства тієї чи іншої моделі поведінки, спрямованої на досягнення заданої мети. Але існування однієї інформації недостатньо. Необхідно, щоб ця інформація відповідним чином перетворювалася і оброблялася. В результаті будуть виникати «комунікаційні зв'язки» [2], які і забезпечують ефективне функціонування проектного підприємства. Завдяки комунікації здійснюється збір, аналіз і систематизація інформації як всередині проектного підприємства, так і за його межами. Оскільки всі проектні підприємства в більшій чи меншій мірі працюють з інформацією, то питання комунікацій для них стоїть особливо гостро. В управлінні проектним підприємством комунікативні процеси забезпечують цілісність підприємства та спільність функціонування.

Стратегія розвитку будівельної галузі України до 2030 року передбачає готовність фахівців будівельної галузі, зокрема проектних підприємств, до ефективної роботи в цифровий інформаційному середовищі з використанням наскрізних технологій інформаційного моделювання. Одними з ключових вимог галузевої професійної компетентності стають навички та знання в області генерації та використання високотехнологічних цифрових рішень. Велика увага приділяється плану заходів щодо цифровізації будівельної галузі. У найближчі роки в Україні значно зросте потреба інтеграції компетенцій в області створення, впровадження та підтримки рішень, заснованих на інформаційних та інтелектуальних технологіях, в змістовне ядро «корпусу знань» професіоналів в області проектування, управління, виробництва і в бізнесі у цілому. Згодом володіння цифровими технологіями стане обов'язковою вимогою для будь-якого фахівця в галузі будівництва і не тільки для проектувальника [1].

При проектуванні неминучі помилки, які виявляються при будівництві. виправлення цих помилок та внесення необхідних змін в проект передбачає тривалу процедуру додаткових узгоджень, відкидає процес будівництва назад на стадію проектування. Це процес дорогий, причому, чим довше вносяться коректування, тим більше витрат. Традиційні трудомісткі технології (при компенсації низької продуктивності зростанням числа виконавців) стикаються з проблемою складності організації будівельного виробництва та ефективного управління будівництвом. Неминучий перехід до нових підходів при виготовленні будівельних матеріалів, так званих адитивним (природоподібним) технологіям та фабрикам майбутнього. Необхідна автоматизація, інтелектуалізація та цифровізація будівельних підприємств та процесів будівництва, а також перехід до «системної інженерії», тобто планування не окремих операцій, а відразу всього життєвого циклу продукту, починаючи від проектування та закінчуючи утилізацією. Нова парадигма цифрового проектування та моделювання має на увазі використання складних мультидисциплінарних математичних моделей матеріалів, конструкцій та фізико-механічних процесів з високим рівнем достовірності [3]. Окремий напрямок цифрових технологій – це Інтернет речей. Інтернет речей (Internet of Things, IoT) має на увазі три основні концепції: – підключення до глобальної мережі великого числа навколишніх нас об'єктів; – бездротову самоконфігуруючу мережу між об'єктами; – момент часу, коли кількість об'єктів, підключених до глобальної мережі, перевищила кількість користувачів глобальної мережі. Для забезпечення працездатності «Інтернету речей» створено та розроблено певну кількість програмних засобів. Використання технології Інтернету речей дозволить істотно змінити роботи з будівельними матеріалами та конструкціями. Підключенням до Інтернету конструкцію буде важко кинути на пустирі, оскільки можна швидко знайти винуватця такої нелегального звалища. Це, звичайно, перебільшення, але технологія IoT дозволяє кожному виробу «знати» своє місце в конструктиві та попереджати про помилковий монтаж. Цифрові технології в інженерній роботі дозволяють розробити опти-

мізаційні рішення, підвищивши ефективність будівництва [4]. Вони значно скорочують термін проектування, прискорюють процес навчання студентів розрахунковим проектним практикам, що дозволить зробити можливим виконання повноцінного проекту при підготовці випускної кваліфікаційної роботи (ВКР) та підготувати інженера, який володіє цифровими технологіями після закінчення навчання. Це призведе до зростання продуктивності праці проектувальників та будівельників, скорочення витрат при будівництві та, як наслідок, сприятиме вирішенню національних завдань, поставлених керівництвом нашої країни.

Список використаних джерел

1. Беленкова О. Ю. Цифрова трансформація будівництва: механізм взаємодії бізнесу, науки, держави. Журнал Будівельне виробництво. м. Київ. 2019. № 66. С. 30–36. Режим доступу: <https://doi.org/10.36750/252412555.66.30136> (Фахове видання категорії «Б»).

2. Кривокора Е. И. Функциональный подход в исследовании организационных коммуникаций. Экономический Вестник Ростовского государственного университета. 2014. Том 4. № 3. С. 146–149.

3. Сорокіна Л. В., Гойко А. Ф. Дослідження економічних важелів забезпечення розвитку будівельної галузі. Научно-исследовательский институт строительного производства. Журнал Будівельне виробництво. 2015. № 58. С. 88–96.

4. Измайлова К. В. Вплив сучасних економічних умов на обґрунтування доцільності нових будівельних технологій. Нові технології в будівництві. 2010. № 1. С. 79–81. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ntvb_2010_1_17.

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СФЕРИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Фандій А. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Смєсова В. Л.**, д.е.н., проф.

професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Університету митної справи та фінансів)

В умовах інформатизації суспільства існує гостра необхідність використання цифрових технологій не тільки у сфері економічної діяльності, але й у сфері публічного управління. Це стане запорукою для більш ефективного надання адміністративних послуг, підвищення відповідальності управлінців, формування у останніх інформаційних знань та навичок, ефективного обміну інформацією на основі використання комп'ютерних та інших цифрових технологій, а також для взаємодії органів управління з громадянами. Не зважаючи на безперечні переваги функціонування електронного урядування як форми публічного управління, заснованої на застосуванні цифрових технологій, на сучасному етапі розвитку суспільства

в Україні недостатньо комплексних досліджень, присвячених обґрунтуванню ролі цифрових технологій у публічному управлінні.

У сфері публічного управління цифрові технології сприяють підвищенню рівня довіри громадян до органів публічної влади та рівня відкритості та прозорості у діяльності цих органів, зниженню рівня корумпованості органів публічної влади, залученню громадськості до прийняття публічно-владних рішень.

Соціально-економічний ефект використання цифрових технологій у галузі публічного управління полягає у забезпеченні відкритості та прозорості діяльності суб'єктів публічної влади, і, як наслідок, – у підвищенні рівня довіри суспільства до інститутів публічного управління; зниженні рівня корумпованості службовців та посадових осіб у цій галузі; зменшенні кількості їх помилок в процесі управління, автоматизації деяких управлінських процесів; забезпеченні економії ресурсів (часу, фінансових ресурсів, кадрів) тощо.

Негативними наслідками інформатизації сфери публічного управління є: можливість несанкціонованого використання інформації, передусім персональних даних, що зберігаються в інформаційно-комунікативних системах, а також інформаційних ресурсів і баз даних органів публічного управління, що обумовлює виникнення загрози порушення прав та інтересів кожної людини і суспільства; зростання рівня кіберзлочинності, внаслідок чого може блокуватися робота інститутів публічного управління, матимуть місце витоки інформації, що містить державну таємницю або інші конфіденційні дані тощо. На міжнародному рівні до таких наслідків відносять інформаційний тероризм, інформаційне шпигунство, інформаційні війни країн тощо.

Останнє має місце і в Україні, зокрема, у 2013 р. блокування електронних реєстрів Міністерства юстиції України приватними компаніями фактично паралізувало усі громадсько-цивільні відносини у державі та роботу інститутів публічного управління [1]; призвело до блокування офіційних Інтернет-ресурсів та інформаційно-комунікаційних систем Кабінету Міністрів України, ряду міністерств, НБУ та ін., у червні 2017 р. – до призупинення дії електронних платіжних систем внаслідок ураження інформаційних систем органів публічної влади [2].

Для подолання вказаних негативних наслідків необхідно забезпечити захист персональних даних від їх несанкціонованого використання як суб'єктами публічно-владних повноважень, так і третіми особами; посилити відповідальність за скоєння злочинів у сфері кіберзлочинності; підвищити технологічний рівень захисту баз даних органів публічного управління; використовувати досвід зарубіжних країн у сфері цифрової безпеки. Для реалізації вказаних заходів необхідним є закріплення повноважень суб'єктів публічно-владних повноважень у сфері використання персональних даних; більш чітке визначення на законодавчому рівні сукупності прав та обмежень для третіх осіб, які використовують персональні дані; вста-

новлення не тільки адміністративної, але й кримінальної відповідальності за порушення у цій сферітощо.

Таким чином, застосування цифрових технологій у сфері публічного управління створює засади для істотного підвищення ефективності надання адміністративних послуг, дозволяє автоматизувати виконання певних функцій і процесів у цій галузі, а, отже, підвищити їх продуктивність, знизити рівень фінансових та інших трансакційних витрат на публічні послуги, створити умови для доступності та прозорості діяльності інститутів публічного управління. Однак широкомасштабне застосування цифрових технологій у публічному управлінні пов'язане також із додатковими загрозами та ризиками, що несуть у собі можливості цих технологій. Останнє вимагає створення єдиного інформаційного простору для органів публічного управління, розвитку всіх сфер публічного сервісу та інформаційної інфраструктури, постійного проведення моніторингу рівня цифрового доступу та ефективності цифрового урядування, а також порівняльного аналізу ходу цифровізації в Україні та розвинених країнах, підвищення рівня нормативно-правового захисту персональних даних в процесі їх обробки користувачами та власниками баз даних, а також відповідальності за порушення у даній сфері. Це стане основою для цифрової трансформації публічного управління і вдосконалення механізму використання інформаційно-комунікаційних технологій у цій галузі.

Список використаних джерел

1. Бутусов Ю. Замах на держреєстри: історія однієї з найзухваліших оборудок в Україні [Електронний ресурс] / Ю. Бутусов // ZN.UA. – 2013. – Режим доступу : https://dt.ua/internal/zamahna-derzhreyestri-istoriya-odniyeyi-z-nayzuhvalishihoborudok-v-ukrayini-_.html.

2. На Украину обрушилась масштабная хакерская атака // Strana.ua. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strana.ua/news/78448-na-ukrainu-obrushilas-masshtabnayahakerskaya-ataka-virus-petya-hronika-onlajnobnovlyaetsya.html>.

СЕМІОТИЧНА СКЛАДОВА ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Мурзіна Р. І.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ятчук О. М.**, к.н. соц. ком., доцент
доцент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

Засоби масової комунікації відіграють важливу роль у житті сучасної людини, завдаючи великого впливу на її свідомість, ідентифікацію та світовідчуття. Уявлення масової аудиторії про найважливіші соціально-політичні процеси формуються перш за все у системі образів-символів та

їх конотативних значень, що безперервно породжуються і транслюються каналами мас-медіа. У зв'язку з цим гостро постає питання про необхідність дослідження семіотичних механізмів масової комунікації, в яких провідна роль належить аналізу візуальної мови реклам та ЗМІ.

Семіотика (або семіологія) – це міждисциплінарний напрям гуманітарного знання, областю досліджень якого є вивчення знаків та знакових систем, що зберігають і передають інформацію. У полі вивчення семіотики знаходяться різноманітні знакові системи, зокрема: природні та штучні мови, системи наукових теорій, системи сигналізації в суспільстві і природі, системи станів, вхідних і вихідних сигналів різних машин та автоматів, їхні програми та алгоритми, мови-посередники для людського порозуміння з ними. У ролі своєрідних штучних знакових систем можна також розглядати мови образотворчих мистецтв, кіно, театру, музики та різні типи візуальних знакових систем (від дорожніх знаків до живопису), а також будь-які складні системи управління, що розглядаються з позицій кібернетики: машини, прилади та їх схеми, живі організми, їх підсистеми (наприклад, центральна нервова система), корпоративні та соціальні об'єднання і суспільство в цілому.

Наразі семіотика є досить розвиненою концепцією, методи якої дозволяють аналізувати різноманітні сфери людської діяльності. Зокрема, французький учений та семіотик Ролан Барт приділяв особливу увагу дослідженню семіотичного впливу через канали візуальних систем. У своїх працях він писав, що будь-які матеріальні носії міфу, тобто статті, фотографії, репортажі, кінофільми, спектаклі, образотворче мистецтво, реклама, спортивні змагання, ритуальна поведінка в суспільстві і т.п. – стають свого роду «повідомленням», оскільки в них присутній «ефект значення». [1]

Розкриваючи коннотативні механізми міфотворчості, Барт підкреслює, що міф виконує різні функції: він одночасно визначає і сповіщає, впливає і наказує, носить спонукальний характер. Звертаючись до свого «читача», він нав'язує йому свою власну інтенцію. Окрім цього, учений зазначає, що візуальне «прочитання» міфу відбувається миттєво, його вплив виявляється сильнішим за будь-яке з раціональних пояснень, які можуть спростувати його пізніше. [2–3]

Інший дослідник та письменник, Умберто Еко, присвятив чималу частину наукової діяльності дослідженню візуальної семіотики. Однією з його задач було довести, що семіотичні символи найефективніше «зчитуються» саме з візуальних носіїв культури, а не лінгвістичних, як це за класикою прийнято вважати. Він розробив власний семіотичний підхід до медіаосвіти, спираючись на вивчення особливостей кінематографу, реклами та новітніх інтернет-медіа.

Основною працею У. Еко по встановленню рис візуальної семіотики є «Відсутня структура». Там, на прикладі кінематографічного мистецтва, він встановлює та описує механізм перетворення повідомлень у іконічні знакові системи, що несвідомо розшифровуються глядачами через інтуїтивне

розуміння та впізнавання окремих елементів як частин культурного коду. [4] Базовим у семіотичному підході до медіаосвіти по відношенню до творів мистецтва у У. Еко стає справедливе твердження, що художній твір не зводиться ні до схеми, ні до ряду схем, що з нього витягують, але медіакомпетентний глядач заганяє його в схему для того, щоб розібратися в механізмах, які забезпечують багатство прочитань і невинне наділення сенсом твори-повідомлення. [5]

Значення візуальної семіотики добре просліджується на прикладі реклами. Якщо до вербальних знаків реклами можна віднести лише текст, ключові слова та слогани, що забезпечують впізнавання бренду у семантичному колі, то візуальні знаки – це зображення рекламованого продукту, рекламні персонажі, рекламний простір, в якому функціонують всі елементи рекламного повідомлення, візуальні елементи фірмового стилю, особливі символи, що відображають цінності, з якими реклама пов'язує рекламований продукт.

Контексти знаків, які планується використовувати у рекламі, досвідчені аналітики ринку нерідко радять перевіряти за словниками: семіотичними, тлумачним, словниками символів, архетипів. Дизайнер, креатор, копірайтер під час проектування реклами з використанням того чи іншого знака акумулюють інформацію про його значення як мовної одиниці, його архетипічні сенси, тлумачення знака як символу, ікони та індексу, а також аналізують, яким чином споживачі сприймають і інтерпретують заплановані до використання знаки, та асоціації, що вони викликають.

Знак-символ – вид знака, між «означуваним» та «тим, що означає» якого існує конвенціональний зв'язок. Багато абстрактних образотворчих знаків-логотипів є знаками-символами. Знак-ікона – вид знака, у якому «те, що означає» пов'язане відношенням схожості з означуваним. Зображення товару в рекламі є його безпосереднім іконічним знаком. Рекламний персонаж може бути іконічним знаком цільової аудиторії; образотворчий логотип, який схематично представляє товар, також є знаком-іконою. Знак-індекс – вид знака, у якому «те, що означає» пов'язане з означуваним причинно-наслідковими зв'язками. Знаками-індексами концепту «спроможність, багатство» в рекламі можуть виступати дорогий автомобіль, атрибути розкішного життя, коштовності. [6]

Таким чином, можна сказати, що семіотичний вектор розвитку комунікації є перспективним напрямом удосконалення каналів мас-медіа.

Список використаних джерел

1. Барт Р. Обрані роботи. М., 1989,1994. С. 102–104;
2. Барт Р. Основи семіології // Барт Р. Нульова ступінь письма. – М.: Академ, 2008.
3. Барт Р. Система моди. Статті по семіотиці культури. – М., 2003.
4. Эко У. Отсутствующая структура. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998.
5. Эко У. Открытое производство //СПб.: Академический проект, 2004.
6. Купер Дж. Энциклопедія символів - М.: Золотой век, 1995 – 401с.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА

Маленок А. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Чириченко Ю. В.**, к.е.н., проф.,
професор кафедри психології
Університету митної справи та фінансів)

Психологічна практика виготовила при роботі з клієнтами досить цікаві етичні норми поведінки. Психолог стає повноважним та умілим в процесі виховання та формування у собі професіональних якостей. Професійні якості психолога свідчать про їхню оцінку професійної компетентності, а також забезпечують суспільну адаптованість та здібність до саморегуляції [34, с. 35].

Кожен психолог повинен мати такі якості як:

- інтелектуальність;
- наявність широких знань;
- комунікативну компетентність;
- гарну рефлексію;
- розвинену самосвідомість.

Основними вимогами щодо особистості психолога є наступні характеристики:

- психолог зобов'язаний мати великі інтелектуальні здібності, повинен бути пронизливим, поміркованим, та позитивним;
- знаходити спільну мову з клієнтами, гарно запам'ятовувати імена людей, дипломатичне спілкування, а також доброзичливість, приємність, та коректність.
- підкорятися інтересам індивідів та груповим інтересам, мати почуття обов'язку та надійності.
- психолог має бути емоційно стійким та витриманим, мати вміння згладжувати будь-яку ситуацію, та бути стійким до стресу [56, с. 12].

Для психолога дуже важливо бути інтелектуально розвиненим. Особливістю є те, що в його розумової діяльності пов'язуються два види мислення: теорія та практика. На практиці психолог мусить використовувати теоретичні знання та спиратися на них. Він має нести відповідальність за якість своєї професійної підготовки [18, с.22].

Професійні навички охоплюють великий склад дій по виконанню професійних функцій. Це вміння проаналізувати реальні умови та чинники, здатність спланувати та здійснити психологічну роботу, а також вивчати та оцінювати результати соціально-психологічної діяльності.

Є психологи, які поділяються на два типи: інтелектуальний та соціальний. До інтелектуальних відносяться незалежні та оригінальні люди, в яких переважають теоретичні навички. Вони з'єднують своє майбутнє з

науковою діяльністю, але не бажають присвячувати себе роботі у звичайних школах. Інша ж категорія відноситься до соціального типу. Такий тип прагне повчати та виховувати психологічний настрой на людину. Вміння та здатність вирішити проблеми спираючись на емоції людини та її почуття [20, с. 69].

Особистісні якості, які необхідні в психологічній діяльності включає в себе: емоційність, ініціативність, оптимізм, гнучкість поглядів, емпатію, рефлексію, спостережливість, доброту, почуття тощо. Досить тяжко знайти людину, у якій такі вимоги будуть органічно поєднувалися. Через це дані вимоги треба розглядати як зразкові, що можуть служити спільним орієнтиром [48, с. 19].

Список використаних джерел

1. Агафонова Л. В. Психофізіологічні передумови розвитку соціального інтелекту: навч. посіб. Харків: Молодь 2016. 22 с
2. Гончарова К. А. Психологія праці та людської гідності: навч. посіб. Харків : Молодь, 2015. 35 с
3. Дубовина А. А. Розвиток психологічної проникливості: навч. посіб. Київ : Весна, 2012. 19 с
4. Климова Т. Ю. Експериментальна психологія: навч. посіб. Київ: Весна 2014. 12 с
5. Пряжников В. І. Психологія професіонала: навч. посіб. Київ : Либідь, 2015. 22 с

THE INFLUENCE OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE MANAGEMENT OF MODERN ORGANIZATIONS

Skorupych A. O.,

student of the University of Customs and Finance

(supervisor – **Kovalova O. K.,**

Ph.D, Assistant Professor of Foreign Philology, Translation and Professional Language Training Department, University of Customs and Finance)

Relevance of research

Today we are witnessing of fundamental changes in the world manufacturing industry, which has never been similar before. The digital revolution has become a driving force for change in various industries and the pace of these changes is constantly accelerating. That is why digital technologies have a strong impact on traditional business processes.

Digital technologies are gradually changing the ways of managing labor and material resources, provide automation of many operations and the rapid development of e-commerce of enterprises, ensuring their sustainable competitiveness.

Therefore, the purpose of the work is to clarify the role of digital technologies in the management of modern enterprises, to study the trends of their use in Ukrainian companies, to study the prospects for their further implementation.

The results of the work

Fundamental changes await all companies in the near future. Only those that are fully prepared today can be confident in their own competitiveness tomorrow. However, the transition to digital technologies requires a significant amount of time and resources.

The transition of enterprises to digital technologies has the following advantages: attracting customers and providing better feedback through the creation of various communities on social networks, advertising, etc.; increasing the speed of exchange of goods, services, information, etc.; increase the company's revenues and reduce the cost of production or provision of services by creating new ideas through the development of digital business models; reduction of time for finding workers and their control; more convenient and detailed analysis of its competitors; more effective methods of staff training by managers.

At present, communication works, or so-called "chatbots", social networks, various applications, cloud technologies in software, big data analysis and analytics based on artificial intelligence, machine training of personnel are being used more and more actively.

Currently, the trend towards digital technologies is quite low for Ukrainian companies, as most of them are not aware of the many benefits of these changes. The main problems at present are the low level of foreign investment, lack of understanding by business leaders of the feasibility of using information technology, ambiguity and complexity of the use of such technologies in the organization, as well as insufficient state support in such processes.

Yes, of course, there are companies that are rapidly moving to a new level of digitalization («Metinvest», «Kernel», etc.), but compared to other countries, they are too few.

In our opinion, the coronary virus pandemic marked the beginning of a rapid digital transformation, as most operations began to be carried out online: work, study, science, communications, etc. Therefore, we propose to take advantage of modern opportunities and start digitizing businesses. To do this, you need to participate in digital research, attract public and foreign investment, team up with other organizations to strengthen competitiveness.

Statistics show the growing pace of digital transformation of Ukrainian enterprises every year. It is expected that in the next decade, most of them will meet modern state standards for digitalization.

Yes, of course, there are certain disadvantages and risks of the digitalization process: the risk of losing a job due to the replacement of people with artificial intelligence; the risk of the formation of psychological dependence, and in extreme cases, even the degradation of personality; the risk of social rejection and maladaptation of man in society, etc. But the digitalization of enterprises is inevitable, so it is necessary to create joint strategies for the development of people and smart machines.

At the same time, the transition to digital transformation should be based on an in-depth analysis of internal and external factors, study of the advantages and disadvantages of existing digital technologies, which should be areas for further research in this scientific issue.

Conclusions

In the near future, society will completely switch to digital technology, which allows the completion of many organizations that continue to use traditional business processes. Therefore, it is urgent to take measures for digital transformation, especially for Ukrainian enterprises.

References

1. Khitrova O. A., Kruglyanko A. V. Efficiency of application of complex information systems in enterprise management / O. A. Khitrova, A. V. Kruglyanko // Visnyk of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences, 2018. P. 58-66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2018_4_9.
2. Zhukovska V. M. Digital technologies in personnel management: essence, tendencies, development / V. M. Zhukovska // Scientific herald of the International Humanities University. Series: Economics and Management, 2017. P. 13–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_27%282%29__5.
3. Khandiy O. O., Shamileva L. L. Influence of digital transformations on the economy and sphere of labor: socio-economic risks and consequences / O. O. Khandiy, L. L. Shamileva // Economic Bulletin of Donbass, 2019. – № 3. P. 181–188. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2019_3_24.
4. Kravchuk O. I., Varis I. O., Zarivnykh K. V. Digital technologies of personnel management: tendencies and challenges in the conditions of covid-19 pandemic. [Electronic resource] / URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/400/387>.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Чупілко О. Г.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Дронова Т. С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Університету митної справи та фінансів

Економіка минулих століть занадто сильно відрізняється від сучасної, через велику конкуренцію на ринку, яка змушує підприємців удосконалювати свій товар та розробляти нові його форми, щоб задовольнити потреби та бажання споживачів. Це, в свою чергу, приводить до створення та розвитку нових засобів маркетингових комунікацій, які допомагають забезпечити та зміцнити стосунки з потенційними покупцями товару /послуги. Маркетингові комунікації – це процес передавання повідомлення від виробника покупцям з метою представлення продукції компанії у привабливому для цільової аудиторії світлі [1]. При виборі маркетингових комунікацій

важливо врахувати всі переваги чи недоліки конкретного способу, адже по-перше, це може вплинути на думку споживача, по друге-на кінцевий результат діяльності підприємства. Існують такі основні засоби: реклама, стимулювання збуту, директ-маркетинг, паблік рилейшнз, особисті продажі (табл. 1).

На сучасному ринку реклама – один з найшвидших та найефективніших способів проінформувати споживача про певний продукт. Стимулювання збуту підвищує кількість імпульсивних покупок за допомогою мотиву вигоди (подарунок до товару, послуга), зосереджує увагу покупця на певному товарі та має велику кількість методів стимулювання. Директ-маркетинг вважають одним із найперспективніших на ринку, але на мою думку, прямий маркетинг поступово починає втрачати свої позиції. По-перше, дуже часті телефонні дзвінки є нав'язлими та невчасними для багатьох, листи, що приходять на е-мейл, засмічують всю пошту, через це втрачаються важливі файли. По-друге, часто це буває неефективно, бо всі листи потрапляють до спаму, який майже ніхто ніколи не дивиться, дзвінки часто відхиляють, знаючи, що це можливе опитування чи пропозиція і тому досить складно оцінити всю ситуацію, яка складається на підприємстві. Паблік рилейшнз досить схожий на рекламу, але вважається, що він є більш гнучким, адже спирається саме на те, щоб встановити із цільовою аудиторією гармонійні, довірливі відносини за допомогою, наприклад, улюбленого співака, футболіста тощо. На мою думку, особистий продаж ефективний тоді, коли торговий агент є досвідченим знавцем кон'юктури ринку та психології людини, і він зможе утримати покупця та переконати, що саме цей товар найкращий на ринку серед великої кількості аналогів.

Таблиця 1

Переваги і недоліки маркетингових комунікацій

Назва засобу маркетингових комунікацій	Переваги	Недоліки
1	2	3
Реклама	Спосіб проінформувати споживача про певний продукт; охоплює велику частину ринку; створення красивого візуалу товару; можливість багаторазового повтору	Ціна реклами досить висока; немає можливості особисто вплинути на вибір споживача
Стимулювання збуту	Збільшення кількості імпульсивних покупок; зосередження уваги покупця на певному товарі; має велику кількість методів стимулювання	Використання не на постійній основі; висока вартість; споживач звертає увагу не на якість та функції товару, а на вигоду, яка була короткотерміною

1	2	3
Директ маркетинг	Відбір цільової аудиторії; адекватна вартість; зворотній зв'язок; можливість особистого впливу на споживача тощо	Нав'язливі та невчасні телефонні дзвінки; листи засмічують е-мейл
Паблік рилейшнз (PR)	Встановлення із цільовою аудиторією гармонійних, довірливих відносин за допомогою медійної особистості; охоплення широкої аудиторії та підвищення репутації фірми; створює власний візуальний образ	Неможливість оцінити ефективність впливу на аудиторію; відсутність можливості багаторазового повторення
Персональний продаж	Можливість торгового агента переконати покупця у вигоді запропонованого товару; миттєва зворотня реакція від покупця.	Не може охопити великий ринок; найдорожчий метод просування.

Джерело: складено автором

Отже, обираючи маркетингові комунікації з цільовою аудиторією, маркетолог повинен врахувати всі переваги та недоліки, щоб задовольнити потреби як споживача, так і підприємства. Справжній спеціаліст повинен врахувати всі ризики, дослідити кон'юнктуру ринку, етап життєвого циклу товару, потреби та готовність споживача до купівлі-продажу тощо, і вже потім робити відповідні висновки.

Список використаних джерел

1. Дутов М. М. Правове забезпечення розвитку електронної комерції: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.04 / М.М. Дутов; НАН України. Ін-т екон.-прав. дослідж. – Донецьк, 2003. – 17 с.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПОДОЛАННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ БАР'ЄРІВ

Володіна Д. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Смєсова В. Л., д.е.н., проф., професор кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин НТУ «Дніпровська політехніка»

У сучасному світі процес цифровізації відбувається прискореними темпами. Кожного дня стрімко зростає кількість користувачів новітніми цифровими технологіями та інформаційними продуктами. Передові компанії

світу використовують комп'ютерні технології в усіх сферах своєї економічної діяльності, оскільки цифровізація є одним із головних чинників їх інноваційного розвитку та зміцнення конкурентних переваг [1]. Одночасно з цим не всі країни світу мають розвинені й якісні комунікаційні мережі, а тільки формують власний цифровий ринок або розробляють стратегію його розвитку, тому залишаються країнами з неповністю розкритим цифровим потенціалом.

В умовах повсюдної інформатизації і цифровізації виникає необхідність використання цифрових технологій не тільки у сфері економічної діяльності, а й у сфері організації державного управління. Тому, зважаючи на вимоги сучасного інформаційного суспільства, особливої уваги набуває розбудова моделі державного управління, в основі якої буде більш широке використання інноваційних методів виконання управлінських функцій. Відповідно суб'єктам управління необхідно сформувані інформаційно-технологічні механізми взаємодії уряду з громадянами та бізнесом, а також вийти на новий рівень державного управління, що буде відповідати новим реаліям. Йдеться, в першу чергу, про надання адміністративних послуг населенню та підприємствам у цифровому просторі, систематизацію та об'єднання баз даних економічних суб'єктів на рівні управлінських служб, а також про зміни в інформаційно-комунікативних механізмах владних структур, що призведе до соціальної орієнтованості державного управління, зниження витрат та часу виконання управлінських функцій, а, отже, до удосконалення його якості.

На початкових етапах формування інформаційного суспільства ще продовжують працювати деякі традиційні механізми управління – через прямий вплив управлінської верхівки. Одночасно розвиток мережевого сервісу, модернізація комп'ютерної і технологічної бази управлінських служб, створення реєстрів документів на основі оцифрування даних, обробка інформації за допомогою штучного інтелекту, планування, передача завдань та контроль за діяльністю управлінців з використанням інформаційних технологій дають змогу вдосконалювати процес виконання суспільних функцій та підвищити якість суспільних послуг.

З метою вдосконалення системи державного управління у 2017 р було прийнято Концепцію розвитку електронного урядування України, яка передбачала проведення ряду реформ у сфері надання публічних послуг та електронного урядування, розвитку цифрової економіки і цифрового ринку в Україні та його подальшої інтеграції до єдиного цифрового ринку ЄС.

Під електронним урядуванням розуміють не лише широке використання Інтернет-технологій у державному управлінні з метою підвищення ефективності, відкритості та прозорості його діяльності, а й організацію електронних комунікацій у цій сфері. Головним завданням державного управління є впровадження досконалої інформаційно-комунікативної системи, яка забезпечить сприятливу взаємодію органів влади з будь-яким

суб'єктом управління та безперервність економічної діяльності у будь-яких економічних умовах, а також дозволить створити інноваційні способи управління економічною кризою. Зокрема, систему відстеження контактів, електронної охорони здоров'я, онлайн-навчання, дистанційної роботи. Отже, електронний уряд дозволяє трансформувати сучасне державне управління, сформувавши його мережеву організацію, координує відносини між державою та іншими економічними суб'єктами. Запровадження електронного уряду робить владу більш мобільною і доступною для фізичних і юридичних осіб, а, зі зворотного боку дає можливості для участі громадян у державному управлінні та місцевому самоврядуванні. У інформаційно-комунікативному аспекті електронний уряд також розглядають як віртуальний простір з особливою інфраструктурою, механізмами й принципами управління. Тому у майбутньому електронне управління, що ґрунтується на Інтернет-комунікаціях, дозволить раціонально використовувати бюджетні кошти та знижувати витрати на утримання державного апарату в цілому. Відповідно розвиток інформаційних систем, взаємодія органів влади на основі використання електронних комунікаційних технологій та сучасних інноваційних методів обробки і передачі інформації в державному управлінні є умовами успішного адміністративного реформування і подолання інституційних бар'єрів (законодавчих, податкових), що перешкоджають розвитку цифрової економіки.

За рівнем розвитку цифрового уряду (E-Government Development Index) у 2020 р. Україна знаходилася на 69 місці серед 193 країн-членів ООН (для порівняння – у 2018 р. – на 84 місці), а за рівнем участі у електронних послугах (E-Participation Index) – відповідно на 46 та 75 місцях [2]. Очолюють цей рейтинг такі країни як Данія, Корея та Естонія, в яких інформаційно-комунікативні аспекти стають головною умовою функціонування політико-адміністративної системи й прийняття рішень на будь-якому рівні, у т. ч. на рівні органів виконавчої влади. Тому одним із основних завдань у цій сфері є розширення реформ уряду у напрямі надання ефективних, прозорих, доступних, відкритих суспільних послуг та подолання цифрового розриву.

Список використаних джерел

1. Соколова Г. Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні / Г.Б. Соколова // Економічний вісник Донбасу. – 2018. – № 1. – С. 92–96. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2018_1_17
2. Ukraine – EGOVKB / Організація об'єднаних націй. – Режим доступу: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/180-Ukraine>

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ НА ОСНОВІ АЛГОРИТМІВ

Мамчур Д. І.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Петруня Ю. Є.,** д.е.н., проф.,
завідувач кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

Технічний прогрес, цифрові технології диктують певні умови як економічному, так і неекономічному життю людей. Підвищення доступності цифрових технологій збільшує «цифрову аудиторію». В 2000-х роках можна було спостерігати дуже багато прикладів того, як зменшення, наприклад, вартості сім-карт в той чи іншій країні, давали дуже швидкі та масштабні прирости користувачів відповідних послуг. Збільшення користувачів – це не тільки розширення аудиторії відповідної мережі. Збільшення користувачів – це й зростання відповідної аудиторії для направлення маркетингових комунікаційних повідомлень.

Менеджери вважають, що маркетинг у цифровій мережі є вигіднішим, ніж традиційний маркетинг, не тільки тому, що цільові витрати можуть бути низькими, але й тому, що рівень прийняття є вищим [1, 2]. Але як забезпечити комунікацію з такою численною аудиторією, щоб кожен користувач міг отримати орієнтовані саме на нього послуги?

Ще у XVIII ст. Д. Бентам придумав концепцію ідеальної в'язниці під назвою «паноптікум», в основі якої лежить принцип непомітного спостереження за об'єктом. Здається, що в сучасному світі відбувається щось подібне. Кожен має смартфон, розумні годинники та інші девайси, які в тому числі є ідеальними інструментами для збирання інформації. Процес «спостереження» відбувається непомітно для власників девайсів.

Сервіси Google знають яку музику слухає людина, яким шляхом добивається до роботи, скільки коштів і на що витрачає, які формує запити у пошукових мережах... Це дуже великий масив інформації, за допомогою якого можна багато що дізнатися про людей. Але як працювати з настільки великими об'ємами даних? Тут на допомогу приходять алгоритми.

Буде неправильним вважати алгоритми «штучним інтелектом», це більше – машинне навчання. Процес такого навчання базується на системі оцінок, які даються певному явищу: наскільки користувач зацікавлений цим продуктом, ризик його відштовхування, як часто користувач використовує дану послугу – це все оцінки, які система отримує з Інтернету, і вони базуються на минулій поведінці індивідів.

Алгоритмів є практично незчисленна кількість – залежно від діапазонів, які беруться до уваги. Так, К. Гілберт вважає одним із найважливіших алгоритмів статистику з історичних даних, яка поділяється на два типи:

1. Розуміння процесу, що генерує продажі. Наприклад, побічним продуктом пристосування даних про історичні продажі до моделі часових ря-

дів є річний профіль продажів, наприклад 40% продажів товару припадає на грудень.

2. Розуміння забезпечується аномаліями, які вказують на унікальні події, що впливають на процес. Ці події сигналізуються, коли результат виходить за межі варіацій, передбачених моделлю часових рядів [3].

Ефективний менеджер має розуміти це при побудові комунікацій, адже володіння інформацією ще не гарантує зацікавленість адресата. Для прикладу проаналізуємо в цьому контексті платформи Instagram і Facebook.

Пріоритети Facebook сконцентровані на повідомленнях від друзів та членів сім'ї, тому система ставить їх вище тих же повідомлень від бізнесу; надається пріоритет повідомленням, які саме коментує користувач, а також за кількістю та різноманітністю реакцій; також у 2021 р. була реалізована система хештегів. У таких умовах доцільно створювати загальнодоступні публікації, щоб привернути більшу увагу та зібрати достатню кількість реакцій для системи шляхом розміщення таких тем, які спонукають аудиторію до комунікацій.

Instagram надає пріоритет постам з найбільшою кількістю позитивних реакцій (лайків). Повідомлення, що були створені швидко (протягом декількох хвилин після входу користувача в систему) мають пріоритет над тими, що довго розробляються, а також публікації з профілів, з якими зазвичай взаємодіє користувач, постам з хештегом, на які підписаний користувач. У 2021 р. у негативний бік змінилось ставлення до постів з так званим «клікбейтом», конкурсів, розіграшів та постів з інших джерел.

Зазначені приклади показують не тільки те, що стратегії при комунікаціях за допомогою алгоритмів можуть відрізнятися залежно від платформи, де це відбувається, але й те, що до «правил» вносяться постійні зміни, які слід враховувати у своїй тактиці ведення «розмови».

Отже, комунікації у цифровому світі можуть бути «прихованими». Користувач може не усвідомлювати, що надсилає безліч повідомлень про себе, які оцінюються і сортуються алгоритмами. Потім вже власники цих алгоритмів надають їм зворотній зв'язок на основі їх специфічних вподобань, що створює гарні умови для товарів та послуг індивідуального характеру.

Список використаних джерел

1. Shawndra Hill. Network-Based Marketing: Identifying Likely Adopters via Consumer Networks / Shawndra Hill, Foster Provost, Chris Volinsky // *Statistical Science*. – 2006. – Vol. 21, No. 2. – С. 256–276.

2. Yuvay J.M. Target marketing and the product: categorizing products to understand the resulting marketing communication outcome measures / Yuvay J. M. // *Journal of Management and Marketing Research*. – 2010. – Volume 5. – С. 1–8.

3. Forbes [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.forbes.com>.

ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Куш В. А.,

студент Університету митної справи та фінансів

Бендюг Є. С.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Горященко Ю. Г.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства

Університету митної справи та фінансів)

В сучасному світі під впливом процесів глобалізації конкурентоспроможність набуває все більшого значення. Це призводить до створення сталого, але водночас прогресуючого внутрішнього ринку країни, також до посилення ролі державного управління. Водночас конкуренція примушує власників бізнесу використовувати інновації в усіх сферах своєї діяльності [2]. Для розвитку та підвищення ефективності економіки на підприємстві потрібно проводити інноваційну політику. Її сутність полягає в розробці нових шляхів та механізмів та використанні інновацій у виробничій практиці. Мета будь-якого підприємства полягає в отриманні максимального прибутку, і саме тут найважливішу роль виконують інновації, які використовує організація.

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» «інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, а інноваційна діяльність – це діяльність, яка спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг» [3].

Різні науковці тлумачать інноваційне підприємництво з деякими відмінностями, але загалом можна сказати, що визначення терміну інноваційна діяльність підприємства полягає не лише в розв'язанні різних технічних завдань щодо створення нового продукту, технології чи удосконалення існуючих, а й відбір перспективних науково-технічних досягнень, вчасне патентування винаходів, просування наукомістких товарів на ринок. Звісно цей процес завжди пов'язаний з ризиком та готовністю підприємця брати його на себе щодо впровадження нових технологій, а також з усією відповідальністю, яка виникає при цьому.

Впровадження інноваційних технологій завжди дуже відповідальний та ризикований процес. Важливо створювати нові, ще не використовувані речі та засоби чи удосконалювати вже існуючі засоби виробництва. Під час створення абсолютно нового продукту важливо реально оцінювати його значущість та потрібність, адже підприємцю важко визначити реакцію його споживачів та чи буде його товар рентабельним.

Однією з найбільших важливих ролей, які відіграють інноваційні впровадження, є збільшення прибутку підприємства. Варто виділити основні причини впровадження та популяризація інноваційних технологій:

- бажання одержати конкурентні переваги;
- зростаючий попит споживача;
- пошук вирішення проблем, які виникають під час проведення підприємницької діяльності;
- реалізація знань та підтримка престижу підприємства;
- наукові відкриття, винахідництво;
- потреба не відставати в економічному розвитку.

Варто відмітити важливість впровадження інноваційних технологій на виробництвах, але вона може відрізнятись в залежності від виду діяльності. Насамперед на інновації слід звернути увагу на підприємствах високотехнологічних галузей, до таких належать комп'ютерні науки, електронна та машинна промисловість. Останнім часом ці галузі динамічно розвиваються і випереджають традиційні сектори промисловості. У них можуть відбуватися не лише зміни певних технологій, а й їх повне оновлення [1].

Впровадження інновацій – це процес покращення, прогресу, виробництва нового, впровадження технологій та нововведень для оновлення виробництва і техніки та розробка нової продукції. Разом з тим запроваджуються і соціальні інновації пов'язані з поведінкою персоналу з метою досягнення запланованих результатів. Поєднання цих складових дозволяє підприємству не тільки позитивно поводитися в умовах загострення конкуренції, але й досягти достатнього рівня конкурентоспроможності.

З метою створення слушних умов для впровадження інноваційних механізмів на підприємствах потрібна ціла система дій. По-перше, держава має підготувати та запустити механізм щодо надання пільг тим підприємствам, які використовують інноваційну продукцію. По-друге, сприятливим заходом буде надання кредитів зі зниженою кредитною ставкою. І по-третє, державі потрібно запровадити прогресивне оподаткування прибутку від випуску недосконалої та застарілої продукції або при використанні небезпечної для навколишнього середовища технології [4].

Інновації можна застосовувати як до техніки, так і до технологій чи форм організації виробництва. Вони тісно пов'язані між собою і є сходинками для підвищення ефективності виробництва. Якісно впроваджені технології здатні виконати складні завдання, які важко було виконати за допомогою старою бази. Інновації, які запроваджені для створення нової продукції чи технології, можна розглядати як головний інструмент для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Якщо позитивний ефект не з'являється, то подальше впровадження таких інновацій не розглядається за потрібне.

Для того, щоб дійти поставлених цілей спочатку потрібно визначити мету запровадження інновацій на підприємстві. Залежно від цього визначаються методи за допомогою яких буде досягнуто поставлених цілей.

Здатність задовольняти потреби споживачів, конкурентоспроможність, стійке положення на ринку, фінансова стабільність – це все залежить від правильно запровадженої інноваційної діяльності. Тому, для того щоб розвиватись на шляху до інноваційно-інформаційної економіки, нашій країні потрібно створювати сприятливе бізнес-середовище для інновацій.

Список використаних джерел

1. Безус А. М., Шафранова К. В., Безус П. І. Роль інноваційного розвитку у стійкості підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С. 22–25 URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2018/7.pdf
2. Лояк Л.М. Роль інновацій у розвитку малого підприємства. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2016. № 1. С. 110–114.
3. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002р. № №40-IV. Відомості Верховної Ради (ВВР).2002.№36. Ст. 266.
4. Яцук І. В., Шкода М. С. Роль інновацій у розвитку підприємства. Економіка інноваційної діяльності підприємств. Інноваційне підприємництво. 2017. С. 260–261.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ ЗА ДИСТАНЦІЙНИХ УМОВ ПРАЦІ

Виноградова В. Ю.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Коляда С. П.**, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

Комунікація посідає важливе місце у нашому житті. Жоден процес не може бути реалізованим без використання міжособистісної, групової або масової взаємодії. Дедалі більше значення комунікація становить в управлінні, коли менеджер повинен організувати та проконтролювати усі 4 етапи процесу: вибір ідеї, кодування, передача та декодування. Найважливішу роль відіграє зворотний зв'язок, який показує ефективність управлінської діяльності [1].

Комунікації класифікують наступним чином: усні – проведення нарад, співбесід, виступів, письмові – видання друкованих матеріалів, електронні – використання радіозв'язку, комп'ютерних мереж. За даними досліджень, 60 % населення планети користуються Інтернетом та проводять приблизно 40 % свого часу на добу онлайн, спілкуючись в соціальних мережах, шукаючи інформацію за допомогою пошукових запитів, здійснюючи різного роду покупки, а також, збільшуючи рівень доходу [2].

З розвитком цифрових комунікацій набирає обертів популярності таке поняття як «дистанційна форма роботи». Головною причиною є баланс між роботою та особистим життям, а також, значний слід залишила пандемія COVID-19. За даними комерційної організації Owl Lab, ріст віддаленої ро-

боти за останні 5 років збільшився на 44 %, а до 2028 року очікується, що 73 % усіх компаній будуть мати надомних співробітників [3].

Існує ряд переваг даного виду праці як для працівників, так і для роботодавців. Співробітникам не потрібно витратити матеріальні ресурси та свій час на проїзд, менше стресових ситуацій, можливість працювати де завгодно, більше свободи та самосвідомості, формування навичок самоконтролю, водночас керівникам не потрібно орендувати офіси, створювати окремі робочі місця, постійно змінювати графіки виходу, турбуватися про надмірні витрати компанії.

З іншого боку, перехід на відділену роботу стимулює появу нових проблем для обох сторін. Серед них: комунікативні бар'єри, втрата ефективності через послаблений контроль, потреба в соціальній взаємодії, емоційне вигорання, слабка адаптація до нового формату. Таким чином, постає питання організації якісного комунікаційного процесу роботи в глобальній мережі.

В умовах сьогодення, цифрове суспільство дедалі активно застосовує на практиці різноманітні програми для полегшення комунікативних зав'язків за дистанційної форми роботи. Співробітники повинні чітко розуміти, яким чином зв'язатися з керівником, крім електронної пошти, де з колегами обміркувати питання, коли брати участь в онлайн-конференції, куди відправляти звіти. Наступні додатки є актуальними та найпопулярнішими серед працівників. Використання Viber, Telegram, Skype, Zoom, Slack, Google Meet, WhatsApp спеціалізується на швидкому обміні повідомленнями в особистих та групових чатах, а функція аудіо- та відеодзвінків допомагає організувати віртуальну конференцію з підключенням менше ніж за 1 хвилину. Відстеження кожного етапу завдання, контроль за реалізацією поставлених задач та проектів відбувається у таких сервісах, як Trello, MS Planner, MeisterTask. Наведені системи мають спеціальні дошки з поділом завдань на заплановані, поточні та виконані. У кожен пункт можливо додати файли, коментарі, посилання та встановити дедлайн на виконану роботу, іншими словами – коригувати та контролювати діяльність працівників. Зберігати, вносити правки, поповнювати файлами, залишати коментарі дозволяють хмарні сховища Dropbox та Google Drive. Усі документи синхронізуються та залишаються в одному місці. Таким чином, керівництво забезпечує електронною інформаційною базою підлеглих без купи паперу в офісі. Варто приділити увагу ще одному додатку – TeamViewer, який надає доступ до іншого пристрою з можливістю трансляції усіх дій та отримання інформації. Можу стверджувати, що наведені додатки забезпечать формування стійкого комунікаційного процесу.

Ефективність налагодження віртуальних комунікативних зав'язків досягається за умови надання твердої мотивації. В основі – адаптація. Велика кількість американських компаній надають «стипендію» для створення ідеальної робочої атмосфери, компенсують витрати на Інтернет, забезпечують необхідним обладнанням та налаштовують внутрішні системи комунікаційного зв'язку.

Відсутність людської взаємодії на робочих місцях компенсується коворкінг-просторами. Незначне перебування у коворкінг-ком'юніті заохочує діяти в позитивному руслі. Для запобігання почуття самотності, емоційного вигорання, яке спостерігається у 20 % дистанційних працівників, доцільно використовувати модель «keep in touch». Тобто підтримувати зв'язок, не переривати контакти [4].

Продуктивними є заохочення до роботи агентства Partnercentric, які базуються на трьох складових: культура, розвиток та прозорість. Корпоративна культура будується за принципом work-life balance, який містить в собі можливість гнучкого графіку для команди і, як наслідок, ефективність. Усі співробітники час від часу розповідають про справи, обмінюються ідеями, поглядами, відчуваючи себе частиною компанії. Керівництво у свою чергу забезпечує конкурентоспроможну заробітну плату, навчання в компанії, відвідування курсів, спортивних комплексів, надання медичного страхування, підвищуючи результати діяльності.

Отже, формат роботи онлайн потребує організації комунікативних зав'язків як між керівником і підлеглим, так і всередині колективу. Цифрові інструменти, контроль діяльності, мотиваційні кейси – запорука успішного управління персоналом за дистанційних умов праці.

Список використаних джерел

1. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. О. Авраменко. – Івано-Франківськ, «Лілея НВ», – 2015. – 160 с.
2. Звіт «Цифрових технологій 2021(Digital 2021) URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.
3. Статистика дистанційної роботи за 2021 рік URL: <https://owllabs.eu>.
4. Переваги та недоліки роботи в коворкінгу URL: <https://coworkinginsights.com>.

ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Дудар О. Г.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Дрешпак В. М.**, д. н. держ. упр., професор,

професор кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів)

Просування в мережі Інтернет надає книжковому бізнесу різноманітні маркетингові можливості і майданчики для їх реалізації. Зокрема, практично кожне активне видавництво має власний веб-сайт та сторінки у соціальних мережах, активно застосовує засоби SMM. У такий спосіб формується як позитивний імідж окремого видавництва, так і забезпечується просування окремих видань.

Великий спектр промоційних засобів та активність аудиторії роблять соціальні мережі ефективною платформою для просування. Найчастіше використовують такі мережі: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Telegram. Їх переваги – це високий темп розвитку аудиторії, можливість надавати текстовий, аудіо- й відео контент, привабливість сервісів цих мереж.

Також, треба виокремити спеціалізовані – саме книжкові соціальні мережі: Wattpad, Goodreads, LiveLib. Сучасні книжкові соціальні мережі є незамкненими спільнотами любителів читання, а багатофункціональними сервісами, що об'єднують не тільки велику читацьку аудиторію, а й різні суб'єкти книжкового бізнесу: видавництва, книжкові магазини, інтернет-бібліотеки.

Слід зауважити, що на цей час в Інтернеті активно функціонують сотні книжкових соціальних мереж, що надають користувачам такі можливості, як складання списків прочитаних книг, написання рецензій, виставлення оцінки прочитаного. У соціальних мережах можуть створювати групи або сторінки, присвячені видавництву, книзі, серії книг або автору. Наприклад фейсбук-спільноти «Зараз я читаю», «Букініст», «Враження UA».

Основним контентом спільнот, які присвячені видавництвам, є новини, книжкові новинки, інформація про авторів і книгах. Групи, присвячені серії або одній книзі, зустрічаються набагато рідше. Часто вони підтримують один одного при просуванні.

Більшою популярністю користуються особисті сторінки чи блоги авторів. Блоги можна активно використовувати, як спосіб книжкової промоції та форму популяризації літератури. До прикладу, популярними є блоги таких українських письменників як Ірена Карпа, Сергій Жадан, Любка Дереш. Блогосфера включає в себе: рекламу, промоцію, інформування, швидкість та оперативність подання інформації, доступність. Блог передбачає процес двосторонньої комунікації, тому сприймається читачами не нав'язливо.

Використання соціальних мереж і блогів створює нові можливості для проведення найактивнішої форми PR-акцій – конкурсів. Наприклад, завдяки мережі більш ефективно поширюється інформація про конкурс, більш швидкий зворотний зв'язок з учасниками конкурсу, є можливість проводити голосування та побачити ефект від проведення конкурсу.

Акції та конкурси можна поділити на кілька видів:

- 1) конкурс, пов'язаний безпосередньо з книгою (це може бути малюнок, вірш, малюнок за змістом твору);
- 2) конкурс на задану тему;
- 3) «перепост» і випадковий вибір переможця;
- 4) завдання «приведи друзів в групу» [1, с. 748].

Соціальні мережі не тільки розширили давно апробовані технології просування книжкових видань а й створили нові. Так в українській мережах набув популярності буктрейлер. Це короткий відео-ролик який розповідає в довільній художній формі про книгу, візуалізує її зміст з метою по-

пуляризації або просування. Як приклад, можна навести буктрейлер книги «Лізка Мармизко» Наталі Ясіновської, на ютуб-каналі «Видавництва Старого Лева».

Основні завдання буктрейлера:

- привернути увагу до книги;
- створити аудиторію читачів;
- сформувати персональний бренд письменника.

Також, тенденцією останнього часу є челенджі (англ. Challenge – виклик), які полягають у необхідності виконати певне завдання, поставлене кимось із друзів по мережі, і передати цю «естафету» далі, та супроводжується хештегом. Результати челенджу розміщуються з дописом (відео чи текстом) у блозі, на сторінці чи соціальній мережі. Така технологія чудово накладається на тематику читання книжок і називається букчелендж. Цього року читацькі челенджі в мережі Goodreads, зокрема, охопили більш як мільйон читачів [2, с. 204].

Ще одним прикладом новітніх засобів просування книги є флешмоб. Ця технологія полягає в тому, що учасники обмінюються відгуками про книги, додають рекомендації та власні описи книжок.

Таким чином, масові та спеціалізовані книжкові соціальні мережі надають безліч прямих і непрямих інструментів, які можуть бути використані для просування книжкової продукції, моніторингу читацької думки, оцінки ефективності роботи автора або видавництва.

Список використаних джерел

1. Каньшина О. В. Промоція книжкових видань у мережі інтернет / О. В. Каньшина // Молодий вчений. – 2017. – С. 746–750.
2. Скібан О. І. Сучасні технології книжкової промоції в аспекті масмедійної взаємодії / О. І. Скібан. // Поліграфія і видавнича справа. – 2016. – № 2. – С. 199–207.

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ

Павленко Є. М.,

аспірант Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Дрешпак В. М.**, д. н. держ. упр., професор,

професор кафедри публічного управління та митного

Університету митної справи та фінансів)

В умовах демократичних суспільних відносин парадигма публічної комунікації має неодмінно змінюватися від суто односторонньої до інтерактивної двосторонньої. Внаслідок цього громадськість має змогу більш активно спілкуватися з органами публічної влади і реагувати на її повідомлення. Головною метою комунікативної політики за таких умов є залучення громадян та інших зацікавлених сторін до участі у спільному вирішенні

суспільно значущих проблем. Її ефективність залежить, зокрема, від того, за якою моделлю ця політика реалізується, які використовуються механізми та скільки зацікавлених сторін бере участь у процесі. Органи публічної влади, не переслідуючи лише власні іміджеві інтереси, повинні виступати як джерела інформації, спрямованої на задоволення основних потреб різних суспільних груп. У такій сервісній за своїм змістом моделі їхня роль полягає в тому, щоб бути нейтральним постачальником інформації іншим зацікавленим суб'єктам.

На практиці така інтерактивна комунікація нині ще не є пріоритетним напрямом в діяльності українських органів публічної влади. Проблема в тому, що в органах виконавчої влади, місцевого самоврядування, на рівні територіальних громад відсутня єдина концепція, модель для здійснення комунікативної політики. У попередніх дослідженнях ми вже здійснили аналіз чинної моделі комунікативної політики, запропонували її модернізовану модель [1]. Надалі реалізація такої моделі комунікативної політики органів публічної влади в Україні потребуватиме й суттєвого коригування механізмів державного (публічного) управління, які забезпечать ефективне втілення цієї моделі. В енциклопедичному словнику з державного управління це поняття визначене так: «Механізми державного управління являють собою способи розв'язання суперечностей явища чи процесу в державному управлінні, послідовну реалізацію дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності із використанням відповідних їй формі методів управління» [2, с. 421]. У термінологічному словнику з публічного управління зазначено, що: «Механізми публічного управління – сукупність засобів, методів та важелів держави, спрямованих на формування, реалізацію та досягнення пріоритетних цілей у сфері публічного управління, що базуються на принципах наукового обґрунтування, об'єктивності, цілісності, узгодженості та чіткій скоординованості дій суб'єктів публічного управління, із одного боку, та злагодженої, конструктивної взаємодії об'єктів публічного управління – з другого» [3, с. 87].

В авторській моделі комунікативної політики обґрунтовано необхідні зміни щодо розуміння сутності суб'єктів комунікативної політики, використання комплексу механізмів з урахуванням сучасних особливостей реалізації комунікативних процесів у цифровому суспільстві та взаємодії у сфері публічного управління. Політичні механізми мають в основі формування та втілення політичної волі керівників органів публічної влади щодо модернізації системи публічних комунікацій. Правові механізми передбачають ухвалення Закону України «Про комунікативну політику органів публічної влади» чи аналогічної за змістом Постанови Кабінету Міністрів України, що передбачали б суттєві структурні зміни і врегулювання комунікативних потоків, затвердження типової структури органів публічної влади з обов'язковою наявністю в ній окремого комунікативного підрозділу та чітко визначенні каналів донесення інформації. Організаційні передбачають створення координаційного органу на центральному рівні при Кабінетові Міністрів України, наприклад «Комітет комунікативної політики», до якого увій-

дуть фахівці з комунікацій – представники органів публічної влади з дорадчою функцією, чи агентства «Комунікативний офіс», яке б відповідало за реалізацію та координацію державної комунікативної політики, на обласному рівні – «Регіональний офіс з комунікації» із завданнями розвитку інституту спеціалістів з комунікацій, налагодження співпраці з органами публічної влади. Інформаційні механізми включають запровадження нових технологій і повноцінне використання внутрішніх ресурсів, надання публічної інформації за допомогою електронних засобів комунікації, використання цифрових інструментів для модернізації технологій трансляції повідомлень та задоволення інформаційно-комунікативних потреб усіх зацікавлених суб'єктів. Фінансовий механізм направлений на фінансове забезпечення структурних підрозділів, навчання професійних кадрів, збільшення технологічного, технічного, програмного потенціалу за умов цільового фінансування з державного/обласного бюджету видатків на діяльність комунікативних офісів та залучення до виконання завдань цієї політики приватних компаній, громадських організацій (змішане фінансування).

У цілому органи публічної влади мають на цей час інструменти та ресурси для здійснення комунікативної політики за новою моделлю, але, на наш погляд, поки що не сформовано комплексного механізму забезпечення цієї діяльності на єдиних організаційно-правових засадах в Україні у цілому.

Список використаних джерел

1. Павленко Є. М. Підходи до модернізації сучасної моделі комунікативної політики органів публічної влади України. Публічне управління та митне адміністрування. УМСФ. Дніпро. 2021. № 2 (29) с. 29-36
2. Енциклопедичний словник з державного управління / укл. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін. : за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. Київ : НАДУ, 2010. 820 с.
3. Публічне управління : термінол. слов. / уклад. : В. С. Куйбіда, М. М. Білинська, О. М. Петроє та ін. Київ : НАДУ, 2018. 224 с.

ДЕРЖАВНІ ОРГАНИ, ЩО БЕРУТЬ УЧАСТЬ У БОРОТБІ З КОНТРАБАНДОЮ

Онищенко В. В.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ліпинський В. В.**, д.ю.н., доцент,
професор кафедри адміністративного та митного права
Університету митної справи та фінансів)

Митні органи України взаємодіють з правоохоронними органами та державними органами, підприємствами, установами, громадянами та організаціями з метою вирішення проблем поширення контрабанди. Майже у всіх країнах контрабанда означає переміщення через митний кордон (державний кордон) товарів та інших предметів поза митним контролем або з приховуванням від митного контролю.

Визначення контрабанди також передбачено в українському законодавстві. Згідно ст. 201 Кримінального кодексу України (далі ККУ), контрабанда – це переміщення через митний кордон України поза митним контролем або з приховуванням від митного контролю культурних цінностей, отруйних, сильнодіючих, вибухових речовин, радіоактивних матеріалів, зброї або боєприпасів (крім гладкоствольної мисливської зброї або боєприпасів), до нього), частини вогнепальної зброї, а також спеціальні технічні засоби негласної інформації [1].

Процес протидії контрабанді та кримінального переслідування охоплює систему державних органів, наділених відповідними повноваженнями в цій галузі. Відповідно до найбільш поширеної класифікації державних органів за критерієм широти компетенції, існують державні органи загальної та спеціальної компетенції.

Якщо дотримуватися цієї класифікації, то спільними органами протидії контрабанді є державні органи загальної компетенції, які:

– Кабінет Міністрів України, як вищий орган у системі органів виконавчої влади, вживає заходів щодо забезпечення оборони і національної безпеки України, громадського порядку, боротьби зі злочинністю, керує і координує роботу міністерств та інших органів виконавчої влади [2];

– Президент України як гарант державного суверенітету, територіальної цілісності України, додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина;

– Верховна Рада України є парламентом як єдиним законодавчим органом в Україні, визначає основні принципи боротьби з контрабандою.

Органами особливої компетенції є сили безпеки, судові та правоохоронні органи. Деякі з них призначені для боротьби з контрабандою, інші володіють повноваженнями щодо судового переслідування в цій області. Відповідно до Закону України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 за № 2469-VIII, сили безпеки - це правоохоронні і розвідувальні органи, державні органи спеціального призначення з правоохоронними функціями, сили цивільної оборони та інші органи, на які Конституцією і законами України покладено функції із забезпечення національної безпеки України [3].

Таким чином, правоохоронні органи є частиною сил безпеки, на які законами України покладено функції забезпечення національної безпеки України.

Єдиного визначення поняття правоохоронних органів в законодавстві немає, воно передбачено в різних нормативних актах, так, згідно із Законом України «Про державний захист посадових осіб суду і правоохоронних органів» від 23 грудня 1993 року № 3781-XII, правоохоронними органами є прокуратура, Національна поліція, служба безпеки, Військова правоохоронна служба в Збройних Силах України, Національне антикорупційне бюро України, державна прикордонна охорона, митні органи, органів і установ виконання покарань, слідчих ізоляторів, органів державного фі-

нансового контролю, рибоохорони, державної охорони лісів, інших органів, що виконують правоохоронні або правоохоронні функції [4].

Тому визначення правоохоронних органів здійснюється шляхом виконання покладених на них функцій, зокрема, в правоохоронних органах. Правоохоронні органи по боротьбі з контрабандою агентства - це державні органи, що реалізують правоохоронну функцію держави, які уповноважені застосовувати заходи щодо виявлення, попередження, припинення злочинів та інших правопорушень, пов'язаних з контрабандою, притягнути до відповідальності винних у таких злочинах. і може, при необхідності, використовувати державне примус [5, с. 113].

Адміністративна юрисдикція в області переслідування за контрабанду передбачає, що у відповідності зі ст. 522 Митного кодексу випадки порушення митних правил, передбачені статтями 468–470, 474, 475, 477–481, 485 Митного кодексу, розглядаються митними органами.

Справи про порушення митних правил, передбачені статтями 471–473, 476, 482–484 Митного кодексу, а також усі справи про порушення митних правил, вчинені особами, які не досягли 18-річного віку, розглядаються місцевими судами (суддями) [6].

У кримінальному судочинстві правосуддя здійснюється тільки судом. Переслідування за контрабанду здійснюється судами першої, апеляційної та касаційної інстанцій. Згідно статті 216 Кримінально-процесуального кодексу, слідчі служби безпеки здійснюють досудове розслідування злочинів, передбачених статтями 201, 201-1, 305 Кримінального кодексу України. Згідно ст. 38 КПК органи попереднього слідства (органи, що здійснюють дізнання і досудове розслідування) є слідчими підрозділами органів безпеки. Адміністративна відповідальність за порушення, передбачені Митним кодексом, настає, якщо ці правопорушення не тягнуть за собою кримінальної відповідальності.

Ліпінський В.В. зазначав: «У разі виявлення під час здійснення митного контролю та інших заходів, що здійснюються органами доходів і зборів ознак правопорушень, розслідування яких не належить до повноважень органів доходів і зборів, митниці зобов'язані письмово повідомляти про це відповідні правоохоронні органи. Правоохоронні органи зобов'язані письмово повідомляти митниці про виявлені ними порушення митних правил або контрабанду» [7, с. 76].

Співробітництво в боротьбі з контрабандою найчастіше здійснюється між підрозділами Служби безпеки України, Міністерства внутрішніх справ, Державної прикордонної служби України, Державної митної служби України, прокуратури, інших правоохоронних органів та суду, саме організація діяльності цих підрозділів спрямована в першу чергу на підвищення ефективності їх дій з виявлення та попередження контрабанди товарів, незаконно переміщених через кордон, а також на посилення системи охорони об'єктів митної інфраструктури, державні органи при організації роботи ґрунтуються на інформації про учасників зовнішньоекономічної

діяльності, перевізників, які мали правопорушення в митній сфері, та інших даних оперативної обстановки для забезпечення прийняття найбільш ефективних рішень.

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#n3095> (дата звернення: 13.10.2021).
2. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%DO%BA/96-%D0%B2%D1%80#n4690> (дата звернення: 13.10.2021).
3. Про національну безпеку України. Закон України від 21.06.2018 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19> (дата звернення: 13.10.2021).
4. Про оперативно-розшукову діяльність: Закон України від 18 лютого 1992 року. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2135-12#Text> (дата звернення: 13.10.2021).
5. Юрченко, В. О., Допілко, В. О., Явдошук, Р. В. Організаційно-правові засоби боротьби з контрабандою. Правові новели. (2021). С. 112–115.
6. Митний кодекс України: Закон України від № 2341-III. України: Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. кодекс URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#n3707> (дата звернення: 13.10.2021).
7. Ліпинський В. В. Щодо деяких питань взаємодії органів державної фіскальної служби України та державної прикордонної служби України під час виявлення ознак порушень митних правил. Правова позиція: науковий журнал Університету митної справи та фінансів. 2019. № 2 (23). С. 70–77.

ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ МИТНИХ ПРАВИЛ

Кляцький Д. Ю.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ліпинський В. В.**, д.ю.н., доцент,
професор кафедри адміністративного та митного права
Університету митної справи та фінансів)

Правове регулювання адміністративних суспільних відносин здійснюється за допомогою різних норм та інститутів адміністративного права, особливе місце серед яких посідає інститут адміністративної відповідальності. У свою чергу, адміністративна відповідальність за порушення митних правил є одним із найефективніших засобів забезпечення митної справи та митної політики України, зміцнення верховенства права, посилення захисту прав і свобод громадян. По суті, адміністративна відповідальність за порушення митних правил – це реакція держави на шкоду, заподіяну митними правопорушеннями, оцінка державою порушення митно-правових норм.

Відповідно до ст. 458 Митного кодексу України (далі – МКУ), «порушення митних правил – це адміністративне правопорушення, яке є незаконним, винним (умисним чи необережним) діями чи бездіяльністю, що порушує процедуру переміщення товарів, комерційних транспортних засобів через митний кордон України, їх представлення митним органам для митного контролю та митного оформлення, а також здійснення операцій з товарами, що перебувають під митним контролем або контролем над якими покладено на митні органи, і за які МКУ передбачає адміністративну відповідальність» [1].

Ліпінський В. В. зазначав: «Адміністративна відповідальність за порушення митних правил виражається передусім у накладенні на правопорушників передбачених митним законодавством адміністративних стягнень, серед яких слід назвати такі: попередження – офіційне застереження правопорушника від вчинення порушень митних правил у майбутньому, що виноситься у формі постанови про накладення адміністративного стягнення; штраф – покладення на правопорушника обов'язку сплатити до державного бюджету грошові кошти у сумі, яка визначається митним законодавством залежно від виду та характеру вчиненого правопорушення; конфіскація – примусове безоплатне вилучення за рішенням суду на користь держави безпосередніх предметів порушення митних правил та у встановлених законом випадках товарів та транспортних засобів, з використанням яких вчинялось митне правопорушення» [2, с. 183].

Адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені МКУ та Кодексом України про адміністративні правопорушення (далі – КУпАП), настає, якщо ці порушення за своєю природою не тягнуть кримінальної відповідальності відповідно до діючого законодавства [3].

Загальновідомо, що підставою для притягнення до відповідальності є наявність у діянні особи складу правопорушення, тобто чотирьох обов'язкових ознак: об'єкту, об'єктивної сторони, суб'єкту, суб'єктивної сторони.

Об'єктом порушення митних правил виступають суспільні відносини, що охороняються законом і які внаслідок посягання завдають або можуть завдати шкоди, тобто процедури переміщення предметів через митний кордон України. Залежно від ступеня узагальнення, рівня абстрактності необхідно розрізняти загальні, родові, безпосередні об'єкти.

Об'єктивну сторону порушень митних правил складає зовнішній прояв дії, система ознак, обумовлених нормою митного законодавства, що характеризують зовнішній захист порушення митних правил. Об'єктивна сторона має ряд особливостей, які поділяються на основні та необов'язкові. До основних належать два види протиправних дій – дія та бездіяльність.

Суб'єкти порушень митних правил – громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства, яким виповнилося 16 років, а також посадові особи підприємств.

Суб'єктивна сторона включає вину, мотив, мету вчинення правопорушення. Деякі вчені стосовно цього вказують наступне: «Серед передба-

чених законодавцем заходів адміністративно-примусового характеру (такі як митний контроль, адміністративне затримання, вилучення товарів та документів) функцію покарання виконують лише адміністративні стягнення, і лише за фактом їх застосування настає адміністративна відповідальність» [4, с. 75].

Таким чином, дослідження проблематики адміністративної відповідальності за порушення митних правил обумовлено високою значимістю дотримання митних правил у забезпеченні життєдіяльності сучасної держави і, відповідно до об'єктивно високої значимості діяльності митних органів, виявленої та залученої до адміністративної відповідальності за порушення митних правил. Цей процес дуже складний у силу спеціальних функцій та сучасних державних перетворень.

Список використаної джерел

1. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 44-45, № 46-47, № 48, ст. 552. Редакція від 21.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>

2. Ліпінський В. В. Адміністративний штраф за порушення митних правил: правова основа та перспективи вдосконалення їх тлумачення. Юридичний вісник. 2020. №6 С. 183-192.

3. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 № 8073-1-X. Відомості Верховної Ради Української РСР (ВВР) 1984, додаток до № 51, ст.1122. Редакція від 08.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text>

4. Плетньова А. Є. Сучасна проблематика адміністративної відповідальності за порушення митних правил. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2020. № 1. С. 74-77.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Кучеренко К. І.,

студентка Лозівської філії Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу

(науковий керівник – Яковенко С.Л.,

викладач вищої категорії Лозівської філії Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу)

Важливою ознакою сьогодення є стрімке збільшення цифрових розривів, що створюють небезпеку дедалі більшого відставання країн, що розвиваються. І це в першу чергу стосується України. Для будь-якої країни виробничий сектор і підтримка власного технологічного рівня є стратегічно важливим національним завданням для розвитку економіки, сфери послуг і забезпечення зростання доходів і національного добробуту. Саме сьогодні

цілком слушною є теза про те, що «будь-яка нація або група націй, яка не має розвинутого виробничого сектору буде на милості у більш компетентних країнах. Будь-яке населення, багате або бідне, потребує сильної виробничої бази, для того щоб процвітати в економіці та захищати себе політично».

Сьогодні ми спостерігаємо швидкі темпи реіндустріалізації технологічно розвинутих країн на нових підставах (адитивні технології (3D-друк), робототехніка, відновлювальна енергетика та ін.). І це по суті не залишає шансу малорозвинутих економікам. «Бар'єр складності» може створити більш масштабний розрив між країнами, регіонами і соціальними стратами, ніж всі відомі досі (такі як «цифровий розрив», глобальна нерівність у доходах або поділ «Північ і Південь»). Поки політики і вчені навіть не ризикують починати серйозне обговорення цієї проблеми, але вона з усією виразністю постане перед нами вже в найближчому десятилітті.

Не менш важливими є і соціально-економічні наслідки цифровізації. Витіснення людини з промисловості, сільського господарства та сервісів не може не мати системних наслідків. Сучасний глобальний ринок праці – це складна багатокomпонентна та динамічна система, що піддається перманентному впливу інформаційних технологій, що тягне за собою зміни у змісті процесу праці, його організації, структурі зайнятості, соціально-трудових відносинах.

Об'єктивні процеси автоматизації, навіть за умови їх стримання урядами та суспільством, набиратимуть прискорення і цілком можливо досягнуть тієї межі, коли для підтримки всієї світової системи виробництва та логістики виявиться достатньо лише кількох мільйонів висококваліфікованих професіоналів.

У цьому сенсі скорочення доступних робочих місць у світовій економіці, поява цілого класу «зайвих» людей, тотальне перенавчання персоналу, руйнування звичних механізмів «гарантій майбутнього» (гідної пенсії, гарантованого соціального захисту тощо) – цілком можна оцінити як революцію. Проблема, що виникає під час зникнення цілих професій з ринку праці, полягатиме не лише у втраті джерела доходу, але й у втраті життєвих орієнтирів.

Хоча навряд чи можна погодитися з тим, що вплив на трудові ресурси розвитку технологій і автоматизації є передбачуваним. Цей процес є складним, тому що йдеться не про інноваційні технології, а про те, як люди збираються їх використовувати.

За оцінками, зараз ні в одній країні немає офіційно прийнятої стратегії адаптації до майбутніх змін, а уряди намагаючись розробити ефективні стратегії стосовно цифрової економіки, стикаються з пріоритетами, що постійно змінюються. Аналіз адаптаційних стратегій показує, що сьогодні можна спостерігати три типи дій, які тією чи іншою мірою застосовуються або обговорюються урядами для пом'якшення майбутнього шоку:

Будь-яка стратегія адаптації може бути скоригована будь-якою раптовою подією. Так криза, зумовлена пандемією COVID-19, дозволила бізнесу

експериментувати і вчитися в режимі реального часу. У «мирний» час компаніям це було робити не просто: потрібно було переконати в актуальності цифрової трансформації акціонерів, співробітників і споживачів – у кожного були свої причини для опору. Проте через карантинні заходи багато компаній змушені були перевести співробітників на віддалену роботу. Перехід до віддаленої роботи потребував технологічних рішень – розвитку IT-інфраструктури, системи безпеки, комунікацій, електронної постановки завдань і відстеження їх виконання. І разом з цим виникла необхідність навчання персоналу тому, як все це використовувати та адаптуватися до змін. Крім того коронавірус став краш-тестом для реалізованих проєктів з цифровізації держави і перевірки їх працездатності в «бойових умовах».

Список використаних джерел

1. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 5. С. 105–112.
2. Апалькова В. В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. 2015. № 23. Вип. 4. С. 9–18.
3. Воронкова В. Г., Романенко Т. П. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. № 67. С. 13–27.
4. Малик І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер.: Економіка і менеджмент. 2013. № 1. С. 25–34.

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СУЧАСНИХ УМОВАХ: КРИТЕРІЇ, МЕТОДИ, ВИМОГИ

Векленко А. І.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Петруня В. Ю.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД)
Університету митної справи та фінансів

Управлінське рішення – вольовий акт втручання суб'єкта управління в діяльність об'єкта управління для виходу із певної виробничо-господарської чи іншої ситуації. Таке рішення є сукупним результатом творчого пошуку суб'єктом управління шляхів, напрямів засобів виходу з ситуації, а також відповідних дій колективу об'єкта управління.

Необхідність прийняття управлінського рішення може виникнути як у зв'язку з обставинами зовнішніми (рішеннями вищої організації, необхідність врегулювання взаємовідносин з партнерами по кооперації, тощо), так

і внутрішніми (відхилення від заданих параметрів виробництва, виникнення вузьких місць, виявлення резервів, порушення трудової дисципліни, тощо) Ось чому те чи інше управлінське рішення є відповідною реакцією на зовнішні та внутрішні впливи, воно спрямоване на розв'язання проблем і максимальне наближення до заданої цілі.

Сучасні умови прийняття рішень характеризуються динамічністю, що означає швидку реакцію на зміни та можливість відкорегувати відповідні управлінські рішення, а також значне збільшення обсягу та складності інформації, збільшення дефіциту ресурсів та екологічних проблем, збільшення ймовірності втрат внаслідок неправильних управлінських рішень, помилок управлінського обліку та інші.

Процес прийняття та подальшої реалізації управлінського рішення корегується об'єктивними законами та принципами, що впливають на цей процес. Це, перш за все економічні процеси, що відбуваються в країні, а також ціла низка факторів та суб'єктів мікро- та макросередовища. Як і будь-який процес. Прийняте рішення потребує контролю та якісної реалізації. Для оптимізації цього процесу можуть бути використані наступні критерії обґрунтування та вибору управлінських рішень:

- практична придатність методу (визначається умовами та навичками, що характеризують його застосування. Наприклад, під час лінійного програмування ми можемо використовувати лінійні функції);

- методологічний баланс (тобто на різних етапах процесу прийняття рішень визначаються взаємозалежні методи, наприклад, коли неточна інформація використовується при підготовці УР та оцінці їх варіантів);

- економічна ефективність (вартість) застосування методу вказує на вартість ресурсів, що використовуються для цих цілей;

- методи прийняття рішень повинні бути надійними.

Менеджер у процесі роботи приймає управлінські рішення щодо планування, організації роботи, мотивації працівників, контролю та координації їхніх дій. Планування є чи не найважливішим етапом роботи менеджера будь-якої ланки. Від якості та ґрунтовності плану буде залежати загальна ефективність прийнятого рішення. На етапі планування менеджери визначають мету, методи та інструменти її досягнення, а також ресурси необхідні для реалізації плану. В рамках організаційного процесу приймаються рішення щодо організаційної структури, побудови виробничого процесу, делегування повноважень серед виконавців та забезпечення їх необхідними засобами тощо. Контроль передбачає прийняття рішень щодо вибору системи контролю (масштабів, періодичності, форм контролю), аналізу отриманої інформації та здійснення коригувальних дій. Можна погодитися з твердженням, що в основу всього процесу управління покладено прийняття управлінських рішень.

Таким чином, під управлінськими рішеннями будемо розуміти тільки ті рішення менеджера, що спрямовані на досягнення цілей організації, пов'язані з діяльністю організації і стосуються її членів, їхньої праці, взаємостосунків як професіоналів, сприяють ефективному вирішенню завдань організації.

Управлінські рішення повинні відповідати певним вимогам: своєчасність прийняття; наявність механізму реалізації; оптимальність; можливість бути реалізованими; гнучкість; можливість контролю за виконанням; наявність необхідної інформації для виконавців; зрозумілість за формою й обґрунтованість. Процес прийняття рішення включає багато різних параметрів, але в ньому обов'язково присутні проблема, альтернативи її вирішення та вибір одного з варіантів таких альтернатив. Тобто, основними етапами технології прийняття раціонального рішення є діагностика проблеми, формулювання обмежень і критеріїв, визначення альтернатив, їх оцінка та вибір.

На характер прийнятих рішень впливає ступінь повноти та достовірності даних інформаційно-аналітичної системи управління. Дослідження природи рішень у контексті розробки і прийняття на основі такої системи, спрямоване на посилення їх обґрунтованості, раціональності, комплексності, оптимальності, оперативності та об'єктивності.

Список використаних джерел

1. Прийняття управлінських рішень – Режим доступу: https://arm.naiu.kiev.ua/books/osnovu_menedjmentu/files/Tema_3.pdf
2. Дегтяр О. Методологічні підходи до розроблення та ухвалення раціональних управлінських рішень у сучасному менеджменті. Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2017.
3. Чередник В. Теоретична сутність поняття «управлінське рішення» та класифікація управлінських рішень. Економічний вісник університету. 2016. Вип. 31 (1). С. 189–193.

НОВІ МОЖЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Пікалова В. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Коляда С. П.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджмент ЗЕД)
Університету митної справи та фінансів

Цифрова трансформація формує не тільки нові вимоги, пов'язані зі зміною управління в цілому, але і створює нові можливості управління персоналом, пов'язані з постійними змінами та інноваціями.

Сучасну систему управління персоналом неможливо уявити без використання спеціального програмного забезпечення, яке дозволяє автоматизувати облік робочого часу, формування замовлень, а також надання аналітики, що забезпечує оптимізацію прийняття управлінських рішень на основі більш широкого використання корпоративної та особистої інформації в організації.

У даній роботі висвітлено нові тенденції та можливості управління персоналом в умовах цифровізації.

Спочатку системи автоматизації управління персоналом розроблялися на основі програмного забезпечення для обліку та розрахунків заробітної плати і нарахувань, пов'язаних з надбавками та іншими грошовими виплатами, як відомі для всіх програми бухгалтерського обліку такі як 1С та MS Excel.

Подальший розвиток автоматизації управління персоналом дозволив:

- оперативно формувати різні аналітичні звіти і на їх основі приймати обґрунтовані управлінські рішення стосовно персоналу організації;

- оптимізувати процес управління персоналом за рахунок зниження витрат за рахунок виключення дублювання виконання деяких функцій різними підрозділами організації;

- створити базу даних співробітників організації, яка буде основою для проведення аналізу і планування управління кар'єрою.

В даний час зарубіжні та місцеві ІТ-ринки пропонують нові можливості для управління персоналом за допомогою широкого спектру програмного забезпечення, що дозволяє автоматизувати як всю систему управління персоналом в організації, так і окремі її підсистеми.

Розглянемо компанії, які активно і успішно використовують нові можливості в HR за допомогою цифрових технологій.

Наприклад, Uber Technologies – американська компанія, яка створила мобільний додаток для пошуку, виклику та оплати таксі або доставки їжі. Вся компанія Uber, з її програмістами і технологіями – один великий HR департамент, завдання якого - керувати величезним людським ресурсом: рекрутувати водіїв, оцінювати якість їх роботи, займатися навчанням, відстежувати їх просування по кар'єрних сходах, розраховувати винагороду і звільняти при необхідності. Всі ці процедури в Uber принципово цифрові, автоматизовані та онлайн. Безумовно перевагою такої моделі управління бізнесом є:

- задоволення вимог людей в гнучкій зайнятості та можливості працювати в декількох місцях;

- забезпечення сталого розвитку бізнесу за рахунок збільшення штату;

- залучення людей, що мають вільний час;

- реалізація балансу професійного та особистого життя.

«Київстар» – українська телекомунікаційна компанія, використовує масовий рекрутинг за допомогою аудіобота на базі штучного інтелекту Sever.AI від TalentTech. Процес масового підбору складається з того, що кандидат телефонує боту, який записує на інтерв'ю, відправляє онлайн-анкету на автоматичну перевірку та оформляє картку кандидата в Potok. Так рекрутер і менеджер бачить всіх претендентів, які повинні прийти на інтерв'ю, тільки потім відбувається очна зустріч та працевлаштування.

Слід зазначити, що сьогодні важливим аспектом управління персоналом в організації є підтримка та структурування процесу навчання і розвитку. При цьому дистанційне електронне навчання методи стають все більш популярними.

Яскравим прикладом є «ПриватБанк» - лідер банківського ринку в Україні, який реалізує інноваційні проекти в галузі навчання персоналу, використовуючи лого систему дистанційного навчання СДН «Прометей». Система дистанційного навчання призначена для поліпшення навичок і рівня знань співробітників банківських організацій. База знань, надає такі можливості:

- цілодобовий доступ до навчальних матеріалів;
- велика бібліотека спеціалізованих книг;
- програми навчання для співробітників залежно від займаної посади;
- можливість перевірки знань за допомогою тестування.

Дистанційне навчання дозволило новим працівникам та консультантам банку, забезпечити вихід на планову продуктивність за 5 днів.

Отже, глобалізація, зміна споживчої поведінки, перехід до цифрової економіки призвів також до змін в управлінні праці та перехід на віртуальні робочі місця, гнучку зайнятість. Стратегії на основі Digital – технологій надають нові можливості для розвитку HR за допомогою автоматизації та діджиталізації, але залишаються декі області в HR, які не можна повністю автоматизувати і комп'ютеризувати, а саме формування організаційної культури, підвищення морального духу персоналу та інші психологічні аспекти в трудовій діяльності.

Список використаних джерел

1. HR-Академія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://hr-academy.ru> , вільний. – Принципи UBER.
2. Новини Київстар [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://kyivstar.ua> , вільний. – перший український інтелектуальний чат-бот в Viber.
3. ПриватБанк [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vashprivatbank.com.ua>, вільний. – Прометей: що це таке, реєстрація і як увійти.

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ІКЕА)

Зарувінська А. А.,

Студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Петруня В. Ю.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

Вихід на нові ринки розглядається в управлінні як один із варіантів розвитку компаній. Українські ринки в цілому є достатньо привабливими для іноземних компаній, особливо якщо мова йде про продаж продукції або надання послуг індивідуальним споживачам.

Компанія ІКЕА є одним із світових лідерів з виробництва меблів. Структура компанії включає виробничі підприємства, закупівельні офіси,

центри комплектації та доставки замовлень покупцям, а також більше 300 магазинів у майже 30 країнах світу. Компанія відома не тільки масштабами своєї діяльності, якістю продукції та послуг, але й своєю самобутністю та успішним функціонуванням протягом більш як півстоліття.

Корпоративна культура ІКЕА базується на таких цінностях, як простота, скромність і контроль витрат. Менеджери компанії сформували цілий ряд важливих принципів управління, в основу яких покладені такі поняття, як мотивація, ефективність та рівність у спілкуванні. Внутрішні комунікації характеризуються взаємоповагою та здоровою конкуренцією. Всі рівні керівництва знаходяться в однакових умовах, кожен має право отримати винагороду залежно від результатів своєї роботи.

Менеджмент компанії орієнтований на виявлення актуальних, інноваційних та перспективних шляхів її розвитку. Можна з впевненістю стверджувати, що ІКЕА активно впроваджує структурні зміни в умовах цифровізації життя. Головний слоган, що ілюструє діяльність компанії: виробляти дешеві та якісні товари для всіх людей. Ці ідеї неодмінно втілюються в життя і сприяють підвищенню рівня соціальної свідомості споживачів.

Невід'ємною складовою діяльності успішної сучасної компанії є оптимізація витрат. ІКЕА обирає напрям соціально-відповідального розвитку, надаючи пріоритет збереженню природних ресурсів и не завдаючи шкоди довколишньому середовищу. Так, 10 % продукції виробляється з відходів, а 70 % відходів магазинів переробляються. Більшість магазинів мають дуже широкий часовий спектр обслуговування клієнтів. Приміщення-склади, як правило, мають ідеальне освітлення та знаходяться за межами міських центрів. Відносно невеликими вважаються витрати компанії на маркетингові заходи, вони становлять трохи більше 1 % від загальної виручки за рік. Левова частка витрачається на рекламні кампанії нових колекцій, а також на розробку і друк рекламної продукції.

Менеджери ІКЕА фокусують свою увагу на споживачах. Зокрема, компанія дозволяє клієнтам випробувати товар перед покупкою. ІКЕА вважає, що надає людям захоплюючий купівельний досвід, який за своїм розмахом не має аналогів в світі меблевих магазинів.

Для досягнення цілей компанія розробила кодекс поведінки для постачальників під назвою IWAY (повна назва – «Принципи ІКЕА щодо закупівель виробів, матеріалів і послуг»). В основі кодексу – широко визнані міжнародні документи і домовленості щодо захисту прав людей, екологічної та виробничої безпеки, а також цінності ІКЕА і нормативно-правові норми.

Стратегічна мета мережі ІКЕА – постійне розширення масштабів діяльності в поєднанні з виходом на нові для себе ринки збуту. Кожний новий ринок – це певна специфіка виходу та відповідні управлінські рішення. Так, в Україні ІКЕА випробує інтернет-магазин і нестандартний торговельний формат площею близько 5000 м² з розміщенням в м. Києві з унікальними торговельними рішеннями.

Входження на ринок України для ІКЕА мало дуже тривалий характер, в тому числі у підготовчому періоді. Компанія позиціонує свою продукцію

як якісну та доступну. Проте українці середнього достатку звикли, здається, до більш бюджетних варіантів продукції. Можливим управлінським рішенням може бути здешевлення продукції шляхом здешевлення матеріалів. Варіантом управлінських дій є рішення про розміщення виробництва на території України та використання місцевої сировини. Це зменшить і матеріальні витрати, і витрати на митні платежі. Здається ідею зменшення собівартості за рахунок здешевлення матеріалів, впровадження сучасного дизайну доцільно розглядати як стратегічно актуальну, тому що саме ці фактори виглядають як пріоритетні для українського ринку. При цьому, що також важливо, компанія створить нові робочі місця в країні - можливо для своїх майбутніх клієнтів.

Перехід до етапу входження на український ринок в форматі відкриття та фізичного функціонування власного магазину вимагає управлінських рішень щодо посилення маркетингових комунікацій. Так, для залучення покупців та збереження їх прихильності до бренду можна влаштовувати презентації меблів, вводити програми лояльності та бонусні картки. Також іноді доцільно влаштовувати розіграші (можливо з використанням товарів, комплементарних продукції з основного асортименту меблів). Для розвитку маркетингових комунікацій ІКЕА може скористатися в Україні вже перевіреними на практиці креативними рекламними заходами. Наприклад, встановлення у торговельних центрах великих міст бренд-зон, що приурочені до різних свят. Також, цікавий маркетинговий комунікаційний хід був зроблений у Парижі: меблі ІКЕА прикрасили зупинки міста.

Український ринок є надзвичайно привабливим для компанії ІКЕА, відкриття власного фізичного магазину надасть менеджерам компанії необхідний інформаційний матеріал для визначення шляхів подальшого розвитку компанії на ринку країни. Перший етап реалізації стратегічного плану проникнення на ринок України залежить від якості та ефективності прийнятих управлінських рішень на усіх ланках управління компанією.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ

Башинський М. Б.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Кахович Ю. О.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Університету митної справи та фінансів)

Враховуючи те що наше суспільство живе в епоху грандіозних цифрових перетворень, що характеризуються величезними обсягами технологічно-інформаційних змін, оперуванням колосальними об'ємами інформації, доступом до світових інноваційних процесів та значним розвитком у способах використання підприємствами різноманітних інформаційних технологій. Важливо розуміти важливість використання всіх новітніх техно-

логій, а також почати використовувати їх в управлінні, чи то організацією, чи компанією, або ж навіть державою.

Наразі, інформації за темою достатньо в частковому обсязі в бібліотеках та відкритих джерелах, і є багато вчених, які займаються розглядом, як технологій в окремому вигляді, так і стан світової поінформованості, а також амбіційність нових розробок та нововведень, для покращення управління та його окремих функцій. Систематизацією накопичених знань і зарубіжного досвіду в теорії та практиці застосування сучасних інформаційних технологій у різних сферах діяльності займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Климчук О. В., Клепікова О. А., Заяць В. М., Грицунів О. В., Шевчук А. В., Пітер Фердинанд Друкер та інші.

На сьогоднішній день постійні зміни спостерігаються у сфері інформаційно-комунікаційних технологій і вони є визначальними у розвитку сучасного суспільства.

Ще на початку нового тисячоліття відомий американський вчений, спеціаліст в галузі управління, бізнес-консультант світових корпорацій Пітер Друкер визначив сучасну економіку як інформаційно-комунікаційну, яка не може функціонувати без впровадження найновіших технологій. На сьогоднішній день ми стикаємось з поняттям цифрової економіки, яке ідентичне з поняттям визначеним Пітером Друкером [1].

Сучасні інтеграційні процеси бізнесових структур у світовий інформаційний простір виступають одним із пріоритетних чинників їх ефективної діяльності у майбутньому та підтримання конкурентоспроможності в ринкових умовах. Наявні трансформації потрібно здійснювати на основі формування інноваційно-інвестиційної моделі становлення економіки, яка позиціонується на науково обґрунтованому високотехнологічному виробництві, сталому розвитку та створенні розгалуженої інфраструктури для формування інтелектуального інформаційного простору. Інформаційні системи і технології охоплюють усі види діяльності та прийняття рішень, що розроблені в суспільстві за допомогою ресурсів комп'ютерів і відповідних додатків. Вони забезпечують широке використання певних видів нелюдських ресурсів, призначених для отримання, обробки, зберігання та передачі інформації, а також здійснення управління й організації цими ресурсами у системі, здатній виконувати набір конкретних завдань і технологічних рішень [3].

Радикальне вдосконалення і пристосування до сучасних умов управлінських та економічних галузей стало можливим завдяки масовому використанню новітньої комп'ютерної та телекомунікаційної техніки, формування на її основі вискоелективних інформаційно-управлінських технологій. Засоби і методи прикладної інформатики використовуються в менеджменті і маркетингу. Нові технології, засновані на комп'ютерній техніці, вимагають радикальних змін організаційних структур менеджменту, його регламенту, кадрового потенціалу, системи документації, фіксування і передачі інформації [4]. Наприклад, з появою нових засобів зв'язку, передача інформації прискорила в сотні, а то й в тисячі разів, організаціям вже не потрібна пошта, потрібна, але вже в електронному вигляді. Але цей

процес переходу зі старих технологій на нові, потребує часу та повної зміни звичного процесу комунікації чи то між відділами, чи то між компаніями і т. п. Тобто, кожне нововведення вносить колосальні плюси, але потребує кардинальної зміни звичних процесів, однозначно та без сумнівів ці зміни потребують того.

Також варто зазначити, що покращились можливості управлінських функцій, починаючи від розумних таблиць для повного планування діяльності компанії, та закінчуючи сторінками організації в соціальних мережах, які виконують безліч функцій. Наприклад, маркетинг, в плані опитування покупців та споживачів, або ж реклама, чи навіть мотивування працівників за допомогою постів про найкращих працівників місяця через опитування споживачів, а переможцю, як варіант премія, або ж додаткова відпустка. Тим самим проведення подібних опитування-змагання буде стимулювати та мотивувати працівників працювати краще, та зробити так щоб споживач був задоволений. А, також в сьогоденних реаліях дуже розповсюджені конкурси від компанії, наприклад приведи друга та отримай скидку. Для компанії ця скидка майже нічого не коштує, а для споживача це дуже приємний подарунок, але в цей же час компанії підвищує свої продажі, тим самим окуповуючи подібні конкурси.

У сучасних умовах ефективно управління є цінним ресурсом організації, разом з фінансовими, матеріальними, людськими та іншими ресурсами. Бурхливий розвиток інформаційних комп'ютерних технологій, удосконалення технічної платформи і поява принципово нових класів програмних продуктів привів у наші дні до зміни підходів до автоматизації управління виробництвом [2, с. 74].

Сучасні компанії та установи використовують інформацію та комунікаційні технології для оптимізації ефективності своєї діяльності та збільшення власного прибутку. Завдяки мережі Інтернет, будь-яке підприємство здатне охопити клієнтів з усієї країни і навіть знайти нових замовників з-за кордону. Важливо помітити що компанії які не адаптуються під інноваційні новинки, не мають навіть шансів у перемозі в сучасній конкуренції.

Список використаних джерел

1. Питер Фердинанд Друкер Менеджмент. Вызовы XXI века. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – С. 256.
2. Клепікова О.А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2013. № 5. С. 74–77.
3. Заяць В. М. Роль інформаційних технологій у формуванні стратегічного мислення менеджера / В. М. Заєць // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №6 (96). – С. 280–288.
4. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології : навч. посіб./ О. В. Грицунов ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 222 с

ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ ПОЛТАВИ ТА ПОЛТАВСЬКОЇ ГУБЕРНІЇ (1838–1917 рр.)

Стогов І. О.,

студент Університету митної справи та фінансів
(наук.керівник – **Чечельницька Г. В.**, к.іст.н, доц.
доцент кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

Сучасні інформаційні технології дещо змінили традиційний газетний формат, але увага до його дослідження була і залишається актуальною в суспільстві, яке опікується національною історією. Політематична преса в Полтавській губернії представлена універсальними та суспільно-політичними виданнями. На думку Л. Реснянської, універсальні видання реалізували модель «все для кожного». Це основні публікації, які охоплюють усі сфери життя. Універсальні видання були призначені для широкого кола читачів і мали на меті – передусім, – інформувати аудиторію та висвітлювати різні події та явища, залишаючись поза ідеологічним чи політичним контекстом. На території Полтавської губернії виявлено 34 назви видань універсальної групи. З них лише 5 були опубліковані в ХІХ столітті: 3 в Полтаві та 2 у Хоролі. Першим прикладом універсальної газети є газета «Полтавские губернские ведомости». Відповідно до «Положення», видання не було розраховане на широке коло читачів: «Метою видання «Губернских ведомостей» є полегшення роботи Канцелярії шляхом зменшення листування, яке вони повинні були знати і проводити. Зміст офіційної роботи суворо регламентувався «Положеннями»: колонки мали публікувати королівські та сенатські укази, розпорядження міністрів, циркуляри губернаторів та місцевих адміністрацій, повідомлення про благодійні вибори, затвердження та звільнення, штрафи та догани місцевих чиновників, суди, затвержені ціни на товари та послуги, інформацію про епідемічні захворювання, довідкову інформація тощо. В неофіційній частині публікувались різні звіти з провінції, ринкові ціни, курси золота та срібла, інформація про стан фабрик і ферм, врожаї, ярмарки, метеорологічні спостереження тощо. Великий відсоток цього матеріалу становили передруки статей та уривки з книг, зокрема іноземних видань. В історії газети ми спостерігаємо два періоди, коли зміст неофіційної частини «Губернских ведомостей» характеризувався великим відсотком авторського змісту [1, с. 15–17]. Перший – 1842–1867 рр., коли редакційну колегію очолював відомий історик, громадський діяч і публіцист, людина енциклопедичних знань П. Бодяньський. Окрім публікації власних досліджень у різних галузях знань: етнографічних, ландшафтних, статей про сільсько-господарські методи, економічної теорії, він залучив до газети багатьох науковців та публіцистів з різних куточків Російської імперії. Інший важливий період був на початку 90-х років, коли керівником газети став моло-

дий статистик Д. Іваненко. У редакції була створена редакційна колегія, до якої входили місцеві інтелектуали – В. Святловський, І. Бунін, Ю. Бунін, К. та О. Лісовські, В. Василенко, М. Кулябко-Корецький [2, с. 120–121] і було прийнято рішення щоденного випуску газети. Прикладом універсального земського видання була газета «Земский обзор» (1883–1885), видання якої було адаптоване до 20-річчя появи земств. Програма видання включала: 1) державну діяльність та розпорядження; 2) дії та розпорядження Полтавських губернських зборів та ради; 3) огляд діяльності окружних провінцій; 4) огляд діяльності земель загалом та окремих провінцій та сільськогосподарських об'єднань зокрема; 5) статистичні роботи національного статистичного управління; 6) провідні статті з питань місцевого господарства земель. 7) різні повідомлення та листи з відділень земського відділу. Журнал «Полтавский день» (1910–1917) залишила помітний слід в історії Полтавської губернії. Багато років він залишався одним із найпопулярніших серед жителів Полтави. Редакція об'єднала представників ліберальної місцевої інтелігенції. Одним з найактивніших авторів видання був відомий письменник В. Короленко. Він кілька разів публікував свої виступи з прав людини на сторінках газети, закликав до демократизації соціальних процесів і виступав проти руху чорної сотні. Серед інших приватних щоденників універсальної групи ця газета відрізнялася у своєму номері великою кількістю аналітичних статей та інформаційних матеріалів. Серед повітів провінції ініціатором періодичних видань було місто Хорол. Тут почала виходити газета «Вести Хорольской земской управы» в 1864 р., а фактичним наступником стали «Ведомости Хорольской уездной земской управы», що виходили в місті з 1884 по 1905 р. Газета «Бюллетени Лохвицкой уездной земской управы», яка виходила у Лохвицях двічі на тиждень у 1903–1905 рр., також була призначена для масового читача [3, с. 32, 56]. До універсальної групи входять також два з п'яти періодичних видань Кобеляків – газета «Земля» (1906) та «Кобелякское слово» (1911–1913). Серед районної преси Полтавської області виділяється газета «Прилуцкий голос» (1914–1916). Засновники газети ставили собі за мету «пробудити дух громадськості, самодіяльності, могутності, віри лише у власні сили» (1914 – № 1). Загалом у Полтавській області видано 50 суспільно-політичних видань, з них 15 партійних, 14 позафракційних та 20 офіційних видань підгруп. Найважливішими роками в історії суспільно-політичної періодики в регіоні були 1905–1907 і 1917 роки [3].

Список використаних джерел

1. Романченко І. С. Дей О. І. Українська революційно-демократична журналістика. К., 1959. / Романченко І. С. // Український історичний журнал. – 1959. № 5. – С. 144–146. – Режим доступу: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EJRN&P21DBN=EJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=journal/1959/5

2. Иваненко Д. Записки и воспоминания. 1888–1908 гг. / Д. А. Иваненко. – Полтава, 1909. – С. 46–74. Режим доступа: https://nibu.kyiv.ua/elfond/ivanenko_zapiski_i_vospominaniya/ivanenko_zapiski_i_vospominaniya.pdf

3. Полтавский земский календарь на 1910 год / изд-е Полтав. губ. земства. – Полтава : Электрич. типо-лит. «Дохман», 1909. – 156 с. Режим доступа: https://books.google.com.ua/books/about/Полтавский_земский_ка.html?id=Hfb_CA_AAQBAJ&redir_esc=y

ONLINE EDUCATION – PANDEMIC CONSTRAINTS OR NEW STAGE IN DEVELOPMENT OF DIGITAL SOCIETY?

Влащенко В. Є.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(Науковий керівник – **Рождественська І. Є.,** к.ф.н.,
доцент кафедри іноземної філології, перекладу
та професійної мовної підготовки
Університету митної справи та фінансів)

US President John F. Kennedy once said the following in his speech: «In Chinese language, the word «crisis» is composed of two characters, one representing danger and the other – opportunity». The meaning of this phrase was fully revealed to our contemporaries during the corona virus pandemic. In 2020, absolutely every one of us has encountered new living conditions, restrictions and requirements. Lockdown, curfew, work at home, online communication only. This complete exit from the comfort zone at first confused everyone, but after a while, on the contrary, it forced to look for ways to adapt, think in new way, and create new opportunities for development. The pandemic put us – students, teachers, schoolchildren – in new conditions too. Free communication and the usual offline learning process in classrooms became inaccessible. But nothing is impossible for people who want to learn. The new digital society, using the available achievements of scientific progress, easily found a way out of the situation. So, distance education has become widespread, which is becoming more and more high quality and organized every day.

During quarantine, according to statistics, 90 % of higher and secondary education institutions used distance-learning technologies and once again proved that it can be effective and exciting in the new conditions [1]. Students have received many new convenient ways to develop themselves, first of all, without risking their own health, as well as saving time spent on the way to university, in a calm home atmosphere, without being distracted or in a hurry. Material and technical basis of online learning has received many options for expression. Mainly, widely used online conferencing platforms such as Zoom, Skype, Google Meet, Google Hangout, etc. These services gave students and teachers the opportunity to meet in virtual classrooms, where according to the usual timetable, to hold lectures, discuss, train practical skills, conduct seminars, while maintaining visual contact with each participant. In addition, some features even

provided a free demonstration of presentations, documents, files, and even the use of an alternative «blackboard», which made online learning as close as possible to the usual offline. These services have become the main factors in creating a lively atmosphere of learning without obstacles in communication and understanding of each other.

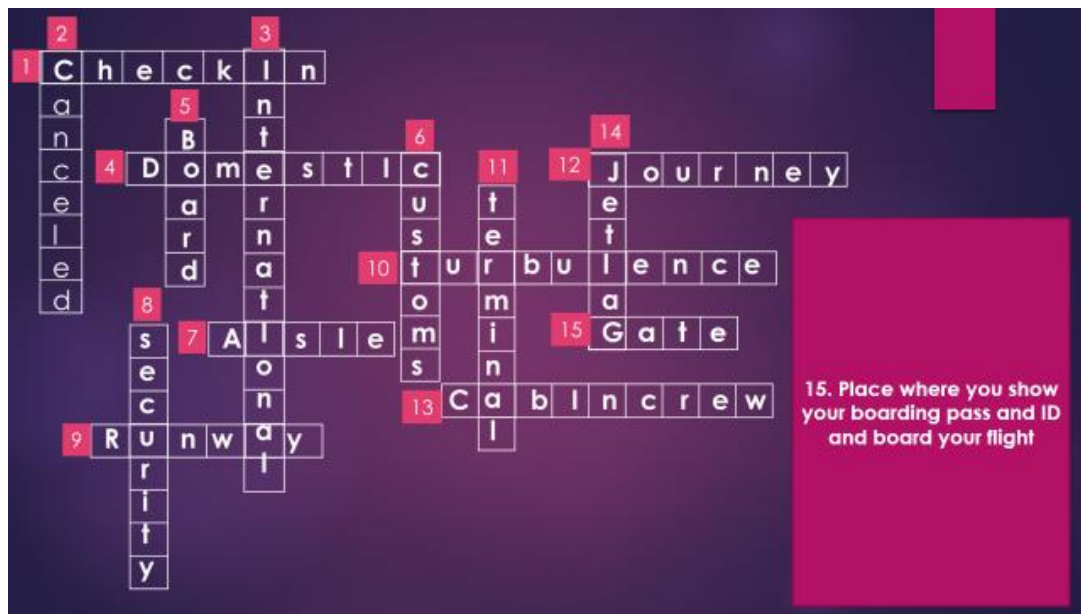
Then, for the systematization of files, presentations, schedules necessary for training, many educational institutions use Moodle, Microsoft Teams, Google Class and Microsoft 365. At the same time, these services also provided an opportunity for rapid exchange between teachers and students, respectively, tasks and work performed. Free access to online lectures and abstracts, automatic control of completed or missed tasks and deadlines, the ability to online assessment and testing – some of the important advantages of these platforms. Last but not least, a bright and interesting interface that inspires creativity and an easy learning process plays a role.

Beside this, I would like to pay special attention to certain types of educational sites and programs that help students to easily learn and systematize new educational material by going through brain-rings, drawing up smart maps, creating illustrative cards. Among them the most famous are Kahoot , MindMeister, Quizlet. On each of these platforms, a student can create their own test on a specific topic and take it in the form of a game or competition with their friends in order to learn new information and develop knowledge. Special results can be achieved in the study of foreign languages through the use of these platforms. They will help you quickly learn and memorize new words. Therefore, I would like to suggest that we consider some of these programs in more detail on the example of our own projects of smart map (pic. 1.1.), which were created to deepen the vocabulary on the topic «Airport». This smart map created in the Mind Meister program. As can be seen in the figure, using this program you can organize information by drawing up detailed diagrams. There are many options for combining objects, their semantic load. In my case, the diagram illustrates a set of terms on this topic and their translation. You can change the layout, location, and colors and styles to suit your tastes. A bright picture made by yourself excites the visual memory, which according to many scientific studies is one of the most effective, so it will certainly help to quickly memorize the material.

It is interesting that an original and effective project for memorizing new words can be done using the usual MS Power point. For example, you can make an interesting interactive crossword puzzle.(pic 1.3.) The specificity is that you need to create a blank crossword puzzle layout in advance, and copy it to all slides. Separately on each slide you need to ask a question to one of the words in sequence. The correct word must be entered in the field provided and its appearance must be linked to the mouse click. that is, the guessed word will automatically fit into the crossword puzzle after pressing the appropriate button. Both creating and solving such a crossword puzzle will be very exciting, and the casual form of this project will make learning more interesting.



Pic. 1.1. Smart map



Pic. 1.2. Crossword puzzle

Therefore, it can be concluded that distance education in all its expressions is a significant achievement of the digital society. Moreover, all programs that have been created for this purpose are very effective and work both independently and in support of usual offline education.

References

1. Освіта в умовах пандемії у 2020/2021 році: аналіз проблем і наслідків [електронний ресурс]. – URL: <https://cedos.org.ua/researches/osvita-v-umovah-pandemiyi-analiz-problem-i-naslidkiv/>. (дата звернення: 15.10.2021).

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Логвінова В. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Пасічник Т. О., к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту ЗЕД

Університету митної справи та фінансів)

Одним з важливих показників соціально-економічного стану країни є динаміка зайнятості та безробіття на ринку праці. Стрімкий розвиток технологій змінює всі сфери економіки, в тому числі і структуру людського капіталу. Як відзначається у доповіді World Development Report 2019 «The changing nature of work» [1], рівень професійних компетенцій, що необхідні на ринку праці, швидко змінюється, а це створює як нові можливості, так і нові ризики. Важливим державним завданням є розвиток інтелектуальної економіки, економіки знань – середовища для розкриття можливостей кожної людини, яке характеризується насамперед соціальною орієнтованістю. В свою чергу, приватний сектор економіки має реагувати на зміни та будувати соціально орієнтований бізнес.

Найбільш помітною тенденцією нашого часу є швидка діджиталізація не тільки економічних процесів, але й усієї соціальної сфери. Якщо раніше інтерв'ю по Skype було проривом у сфері підбору персоналу, то сьогодні технології пішли ще далі. Сучасні технології значно економлять рекрутерам час, а компанії – гроші. Менеджери французької компанії Vente Privée вже зараз проводять інтерв'ю без фізичної присутності рекрутера. На спеціальній платформі кандидат відповідає на кожне питання протягом 30 секунд, а представники компанії потім опрацьовують результати і запрошують найкращих. Автоматизація процесів, розвиток робототехніки, створення нейронних мереж і штучного інтелекту все більше входять в нашу дійсність, «машини» починають конкурувати з людиною за робочі місця. Наслідками таких змін стають як безробіття, так і підвищення заробітних плат для спеціалістів, що займаються творчою діяльністю або стратегічним управлінням.

Жорстка фіксація робочого часу з 9:00 до 18:00 втрачає свою актуальність. Великі корпорації вже давно успішно впроваджують практику гнучкого графіку для співробітників. Крім досить вільного домашнього графіка, співробітників очікує тенденція до зменшення тривалості робочого тижня – він може стати чотириденним. Наприклад, прем'єр-міністр Нової Зеландії Джасінда Ардерн нещодавно виступила на підтримку ідеї короткого робочого тижня, обґрунтовуючи це тим, що так буде більш ефективно розвиватися внутрішній туризм. Зменшення витрат на обслуговування робочого місця відіграє важливу роль для керівництва компанії, якщо мова йде про сотні таких місць. Для найманого працівника також присутні переваги від таких нововведень. Фрілансери можуть працювати над декількома проектами, збільшуючи власні доходи та заощаджуючи час.

Сьогодні в західних країнах активно впроваджується інститут менторства, що в перекладі з латинської звучить як «наставництво». На цю роль в компанії обирають одного або кількох людей з числа досвідчених співробітників. Їх завдання – навчити новачків успішно виконувати професійні обов'язки. Як тільки новачок освоїв необхідні знання та навчився застосовувати їх на практиці, потреба в наставнику відпадає. Ментор – більш широке поняття. Він може виступати як експерт і консультант: використовувати психологічні прийоми, поєднувати функції вчителя і тренера. Концепція well-being полягає у максимальному вдосконаленні корпоративної культури. Сучасний роботодавець має брати участь у створенні можливостей, що сприяють психологічному, фінансовому, фізичному і соціальному благополуччю співробітників. Ментально здоровий та мотивований робітник досягає більших фінансових результатів, що відображається на загальному стані компанії.

В окремих пунктах слід винести так звані «постковідні» тренди. Пандемія стала потужним каталізатором всіх вищеперелічених процесів. Деяким компаніям довелося проводити вимушену цифровізацію рутинних процесів. Робота вдома була поширена і до пандемії, однак деякі все ж ставилися до неї з побоюванням. Зараз це стало вимогою безпеки. І, як показує практика, для багатьох працівників онлайн додав у їх ефективності. Наприклад, співробітники Netflix, Microsoft, Shopify і Fujitsu продовжать працювати віддалено ще довгий час. Опитування, проведене в квітні 2020 року, показало, що після COVID-19 більше 74 % керівників переведуть не менше 5 % своїх співробітників на постійну віддалену роботу. Нові технології і штучний інтелект і раніше вимагали від співробітників опановувати нові навички, щоб залишатися конкурентоспроможними. Але зараз це стало ще важливіше.

Висновок. COVID-19 став причиною змін у розумінні суті трудових відносин, проявах людяності у співпраці працівників з керівниками всередині своїх команд. Завдяки ІТ-технологіям виникли зміни, що будуть тільки посилюватися. А наступним кроком до адаптації персоналу компаній під нову реальність стане зміна підходів до організації та розвитку програм навчання співробітників новим навичкам, необхідність володіння якими посилена оцифруванням робочих процесів. Особливо важливо «олюднити» міжособистісну цифрову комунікацію. Ці завдання лягають на плечі сучасним HR-спеціалістам та відділам по роботі з персоналом, що мають відчувати зміни на ринку праці, у внутрішньому середовищі організації та в поведінці окремого співробітника.

Список використаних джерел

1. World Bank. 2019. World Development Report 2019: The Changing Nature of Work. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1328-3. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2019> (дата звернення: 11.10.2021)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ HR-ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА

Будзь А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Ковтун Н. С.,** к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту ЗЕД

Університету митної справи та фінансів)

Швидкий розвиток новітніх технологій на основі цифрових даних в світі призвів до зміни багатьох соціально-економічних процесів, способу сприйняття інформації та підходу до взаємодії з людьми. Наразі уже з упевненістю можна говорити про проникнення новітніх технологій в більшості сфер економічного та суспільного життя. Не стала винятком й сфера HR (управління персоналом), фокусом для якої є поліпшення організації й підвищення ефективності праці за допомогою використання цифрових технологій [1].

Метою є дослідження актуальності, напрямів упровадження цифрових технологій у HR; визначення ключових можливостей та загроз, які несе діджиталізація для управління людьми у XXI ст.

Інвестування в людський капітал в усі часи вважалося продуктивною інвестицією. Доба цифрової економіки ще більше посилила актуальність зростання продуктивності робочої сили через трансформацію механізмів управління людьми. Вже зараз, дослідження свідчать про наявність значного розриву між тими компаніями, що активно впроваджують зміни, впевнено використовують нові ресурси та технології для удосконалення HR-процесів та такими, що займають позицію вичікування, лишаючись можливості інвестувати у власний людський капітал, а також ризикуючи втратити доступ до робочої сили з унікальними якостями, що сьогодні визначає успішність розвитку та виживання компаній на ринках.

Необхідність цифровізації HR також тісно пов'язана зі зміною споживчої поведінки, адже користувачі підвищують вимоги до зручності користування і швидкості доступу до продуктів та сервісів, їх наявності на різноманітних цифрових додатках та платформах [2].

Цифровий HR передбачає використання мобільних додатків, соціальних мереж, хмарних технологій, віртуальної реальності, штучного інтелекту, що одночасно із наданням значних переваг у здійсненні HR-діяльності веде до посилення кросфункціональності фахівця, збільшує компетентнісні та професійні вимоги [2].

Найпоширенішими прикладами цифрової трансформації HR вже стали:

1) аналіз резюме претендентів на роботу через спеціальні системи, які дають змогу автоматично відфільтровувати кандидатів, які не підходять на ту чи іншу вакансію, використовуючи ключові слова та дані про високоєфективних співробітників компанії;

2) автоматизація та цифровізація процесів найму працівників;

3) планування на основі Big Data кар'єрного зростання, преміювання працівників, а також виявлення прогалин в їхніх навичках та освіті з метою оперативного проходження необхідних тренінгів.

Для розуміння доцільності впровадження діджиталізації управління персоналом, для подальшого розрахунку на позитивні результати розвитку бізнесу, необхідно чітко визначити наслідки даного впровадження.

Таблиця 1

Можливості та загрози впровадження HR-Digital

Можливості:
1. Підвищення продуктивності праці за рахунок зменшення витрат часу і сил.
2. Удосконалення процесу збору і аналізу даних про роботу персоналу.
3. Спрощення ведення HR-процесів.
4. Консолідація й індивідуалізація всієї освітньої та HR інформації на підприємстві та ін.
5. Постійний зворотний зв'язок з робітниками.
6. Підвищення HR-бренду підприємства і його іміджу.
7. Мотивацію працівників: автоматизовані HR-системи збільшують лояльність співробітників до компанії, характеризуючи її як сучасного роботодавця
Загрози:
1. Дорожня розробки та впровадження продукту.
2. Швидке моральне старіння технологій.
3. Можливий опір з боку працівників.
4. Проблема розмежування особистого і робочого простору працівника.
5. Цифровий розрив в навичках працівників старшого і молодшого віку.
6. Переоцінка результату від впровадження HR-автоматизації.
7. Технічні помилки, складність настройки.

Отже, цифровізація суспільства кардинально змінила життя людей та відкрила нові можливості у сфері HR, а саме змогу задовольняти потреби нових поколінь в особистому доступі до соціальних мереж, корпоративних ресурсів, гнучкому навчанні та перекваліфікації. Для підприємців це здатність створювати та інтегрувати дані про працівників із різноманітних медіаплатформ, використовувати штучний інтелект та великі бази даних для управління людськими ресурсами. За рахунок цього забезпечується висока продуктивність, інноваційність, гнучкість та адаптивність компанії, що неминуче призводить до підвищення привабливості продуктів та послуг, що надає компанія, бажання стейкхолдерів до співпраці, а отже можливості утримувати ринкові позиції та конкурувати. Але хоч діджитал має багато безумовних переваг, слід звернути увагу й на недоліки та можливі ризики, які він несе за собою, адекватно оцінювати доцільність його впровадження на конкретному підприємстві.

Список використаних джерел

1. Грішнова О. А., Заїчко О. С. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості й нові виклики. Вісник економічної науки України. 2016. № 2. С. 52–57.
2. Бей Г. В., Середа Г. В. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів. Економіка і організація управління. 2019. № 2. С. 93–101.

COMMUNICATIVE PROCESSES IN DIGITAL SOCIETY: THE IMPORTANCE OF TECHNOLOGY NOWADAYS

Заболоцька Є. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Рожественська І. Є.,** к.ф.н.,
доцент кафедри іноземної філології, перекладу
та професійної мовної підготовки
Університету митної справи та фінансів)

With the development of a society new demands and opportunities appear. The world is moving on. To facilitate human activity people have invented the computer and technical equipment. One cannot imagine modern life without devices. By using gadgets people can learn some breaking news and important information, make friends, share feelings and impressions, do shopping online, pay taxes and fines, work and even study remotely. One can travel using the Internet. Soon we will be able to travel to any country and place while staying at home. The humanity felt even greater need of using technology during the Corona Virus pandemic.

The first case of someone in China suffering from Covid-19, the disease caused by the novel coronavirus, can be traced back to November 17, according to government data seen by the South China Morning Post [1]. This was when the pandemic was beginning to gain momentum.

In February 2020 the illness caused by a new corona virus got an official name of Corona Virus Disease 19. In March 2020 WHO declared a global pandemic to respond to the outbreak of corona virus infection [2]. According to WHO General Manager Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus: «It's not just a health crisis, it's a crisis that will affect every sector – that's why every sector and every person must be involved in the fight» [3].

Since then the quarantine rules have gone into effect: keeping to a social distance, using disinfectants, limited amount of people in transport, online lessons for students and pupils, officers, enterprises, etc. That is when gadgets were of great help. Secondary and higher educational establishments use Internet platforms to conduct lessons, lectures and seminars. Even world conferences are held virtually. Due to the significant progress in technology there was no problem holding classes online. Teachers and students freely used Internet resources for communication.

Because of quarantine restrictions the problem of crossing the border emerged. To fight the disease a global quarantine was implemented: most countries of the world closed their borders temporarily, and restricted the entry of foreigners. Regular flights were stopped. People could not travel, visit relatives from other countries and work abroad. That was when gadgets and the Internet were of great help. Even thousands of kilometers apart, people could visualize communication because during the lockdown there was no other alternative. During the quarantine we have understood that the process of digital transformation and communication is not “nice to have”, but “must have” for any society.

A lot of people underestimated a digital component in their activity. That is why they were not ready for active communication under social distancing. On the one hand, we have approached new challenges, but on the other hand, new opportunities.

Fighting Corona virus is going on at the moment. Corona virus incidence has reduced, but some restrictions are still valid. So, the majority of higher and secondary educational establishments are working remotely. Scientific progress gave us the possibility which is very convenient. Firstly, it is safely in terms of the quarantine; secondly, one can save time, because you do not have to commute to school, thirdly, digital education enables us to use the options which are unavailable offline.

It should be noted that digital communication simplifies lives of asocial people: they do not have to leave their comfort zone, and make efforts in order to communicate with a bank officer, a doctor on duty to get a sick leave, you only have to visit the site of a necessary authority and choose the needed service. The mobile application «DIYA», which contains digital documents and COVID certificates of Ukrainian citizens, is getting more popularity in Ukraine. You just have to download it and authorize yourself.

There is a range of advantages as for the transfer of a society to the digital lifestyle: it simplifies the security of enterprises, companies, offices, residential buildings considerably. Previously you had to have guards to guard the buildings, but now due to computerization you simply have to install security cameras, and you can see what is going on, on the computer monitor.

Also, modern devices help children to develop themselves quicker. For example, to see a lion, you do not have to go to the zoo, because it can be shown on a computer and on the Internet.

Modern computers can be taken on holiday, on a business trip, or just to the park. Their compact size, light weight, and ability to work a few hours without being charged give still more freedom to a businessman. It allows people to always be online. To see a relative, who is far away, and you cannot meet him or her in person, messengers, social networking sites, and video platforms are of great help.

If a device is out of order or breaks down, it is a great problem for a modern person. Computers have all the necessary information for a human activity. That is why, we can say that computers and their power make it possible for us

to create more comfortable quality of life, and this is already a great achievement of the mankind in their constant development.

References

1. South China Morning Post [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.scmp.com/news/china/society/article/3074991/>. (дата звернення 17.10.2021).
2. Українська правда [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/03/11/7243253/>. (дата звернення 17.10.2021).
3. Twitter: WHO [Електронний ресурс]. – URL: <https://twitter.com/WHO/status/1237777021742338049/>. (дата звернення 17.10.2021).

ЕТИЧНО-ПРАВОВІ НОРМИ ТА СТАНДАРТИ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Устян Б. М.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Ятчук О. М.**, к.н. соц.комун, доц.,

доцент кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів)

Сучасний цифровий простір будує нові правила комунікативного процесу, це важливими векторами стають не тільки віртуалізація соціальних комунікацій, характерною рисою та ознакою є але і формування цифрового суспільства, для якого характерною рисою та ознакою є створення спільності, що будувалася на певних системних засадах. Етичні та правові норми, можуть бути саме такими ключовими системними питаннями, які дозволять поєднати різноманітні об'єднання, індивідуумів, груп, спільнот, бізнес представництв, як і міжнародному так і локальному середовищі. Бо саме етичні та правові аспекти є не тільки загально науковими та спеціальними категоріями, що формує суспільство, але і використовує функцію відповідальності, що можна простежити в такому виді медіакommunікації, як журналістика.

Етично-правові норми та стандарти – головні чинники, яких мають дотримуватися працівники маса-медіа. Завдання журналістів полягає у висвітлюванні різних тематичних проблем та показувати обидві сторони конфлікту. Так працюють традиційні ЗМІ.

Правозахисна або ж адвокатська журналістика почала активно працювати з 2014–2015 рр., хоча з'явилася вона раніше. Правозахисна журналістика – це вирішення проблем окремих груп населення, які піддаються не рівності правам людини. Традиційна журналістика залишається на етапі висвітлення проблем, правозахисна ж журналістика шукає способи вирі-

шення проблем, в яких порушується права людини. Окремі групи населення, які піддаються дискримінації: особи з інвалідністю, ВІЛ-інфіковані, представники націй-меншин, представники ЛГБТ-спільнота – головна функція адвокатської журналістики у вирішенні проблем нерівності цих людей.

Долучення різних груп населення до суспільно-політичного процесу, надання місць для роботи та змоги отримувати освіту, називають – інклюзивний підхід. Основні принципи інклюзивного підходу:

- Усі мають право на рівність, гідність і незалежність.
- Бути учасниками у політичних, соціальних, економічних процесах.
- Дискримінація – неприпустима.

Але деякі суспільні бар'єри заважають абсолютно кожній особі бути рівним. Ці бар'єри дуже відомі кожному:

- Відсутність державних програм, які могли б допомогти, наприклад колишнім ув'язненим реінтегруватися в суспільство.
- Стереотипні погляди до певних категорій осіб.
- Відсутність дублювання інформації на ТБ рухомою стрічкою або перекладом на жестову мову, для осіб з порушенням слуху. Та надання право навчатися своєю рідною мовою, для дітей з національних громад.
- Залучення різних категорій населення в суспільно-політичне життя країни та прийняття місцевих і національних бюджетів.

Якщо усунути всі ці бар'єри та долучувати людей до всіх суспільно-політичних процесів, не зважаючи на їх групу населення - можна отримати нових фахівців з різних галузей та нові погляди на вирішення тематичних проблем – усі від цього будуть задоволені.

ЗМІ, зазвичай просто висвітлюють існуючу проблему порушення прав людини, окремого героя/героїні у своїх сюжетах. У свою чергу правозахисна журналістика займається за допомогою різних платформ, активістів та громадських діячів - вирішувати порушення прав людини. Так, одна з найбільш відомих постреволюційних правозахисних кампаній – «Пустіть у реанімацію», заснована у 2015 року трьома жінками – Лариса Лелека, Анастасія Леухіна та Ірина Кудімова, які втратили своїх дітей. «Пустіть у реанімацію» – швидко об'єднала 50 різних неурядових організацій, активістів і волонтерів. Різноманітні сюжети, лонгріди та статті з'являлися у таких виданнях, як «Українська правда», «Накипело», «Новое время», «112 канал», «UA: Перший» тощо. У результаті акції 15 червня 2016 року Міністерство охорони здоров'я видало наказ, що дозволив цілодобовий і необмежений доступ родичів і близьких людей до пацієнтів дитячих і дорослих реанімацій.

Таким чином, ми бачимо, що питання етичних та правових норм, їх дотриманість в медіасередовищі, як частини сучасного інформаційного цифрового простору, яке підсилюють тренди цифровізації є важливим аспектом та потребує детального вивчення, моніторингу та осмислення, як процесу, що сприяє розвитку демократичних свобод та створює умови для покращення комунікацій у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Костянтин Шендеровський, Ірина Виртосу: Правозахисна або адвокаційна журналістика. URL: <https://bit.ly/30J6VXv> (дата звернення 20.10.2021).
2. Адвокаційна журналістика: камені спотикання. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/12906/2015-03-30-advokatsiy-na-zhurnalistyka-kameni-spotykannya/> (дата звернення 20.10.2021).
3. Правозахисниця і журналістка Ірина Виртосу. URL: <https://helsinki.org.ua/articles/pravozakhysnytsia-i-zhurnalistka-iryna-vyrtosu-tema-prav-liudyny-ne-dalasia-meni-lehko/> (дата звернення 20.10.2021).
4. Правозахисна журналістика, або Як бути Людиною. URL: <http://fj.onu.edu.ua/pravozakhysna-zhurnalistyka-abo-iak-buty-liudynoiu/> (дата звернення 20.10.21).

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ НОВОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ

Маслова Я. Р.,

студентка Харківського національного університету
ім. С. Кузнеця

(науковий керівник – **Писарчук О. В.,** к.е.н., доц.,

Доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу

Харківського національного університету ім. С. Кузнеця)

Сучасний світ динамічних змін уже зустрівся з новими технологічними, економічними та соціальними змінами. Уже зараз науковці розуміють, що людство постане перед зміною глобального соціально-технологічного укладу, наслідком чого буде зміна соціальних та економічних стратегій, моделей управління суспільством та демографічного складу населення. Це все стане справжнім потрясінням для кожного громадянина, оскільки такий перехід до нового буде відбуватися швидко.

У таких нових умовах існування кожен, хто буде володіти інформаційними технологіями буде готовий до життя в світі з новими правилами. Проте, тут постає нова проблема – цифровий розрив між громадянами. У цьому випадку варто створити такі умови за яких бізнес, держава і громадяни будуть готові до співпраці, допомоги та відкритості. Варто буде зосередити свою увагу не лише збільшенні кількості користувачів онлайн-послуг, але й створенні нових програмних продуктів в цій сфері цим самим піднімаючи рівень цифровізації серед населення [1].

Враховуючи той факт, що на цифровізація вважається важливим елементом сталого розвитку більшість держав зосереджують свою увагу на його розвитку. Розвиток цифрових технологій позитивно впливає на державне управління, оскільки може забезпечити відкритість влади до суспільства та економічне зростання. Розвиток ринку електронної комерції,

створення сприятливого середовища для розвитку бізнесу, розвиток конкуренції та задоволення потреб користувачів. Розвиток цифрового середовища покращить процес обміну науковою інформацією та відкриє нові горизонти для вироблення нових послуг [2].

Сьогодні в Україні активно проваджуються інформаційно-комунікативні технології у сфері державного управління та бізнесу. Запровадження таких нововведень сприяє лише відкритості влади до громадськості, а громадян співпрацювати з державою, також готовність бізнесу чесно спрацювати та сплачувати податки.

Використання новітніх технологій буде сприяти розвитку сучасної економіки, аналізу великих масивів даних та створенню нових систем управління. Стрімкий розвиток інформаційного суспільства і впровадження цифрових технологій в усі сфери життя людини лише свідчить про це. Так бізнес за допомогою цифрових технологій зможе надати кожному клієнту персоналізований сервіс, а також підвищити рівень ефективності кожного члена команди, покращити та пришвидшити усі бізнес процеси. До того ж, цифровізація відкриває простір можливостей для співпраці з новими партнерами з усього світу. Цифрові технології уже зараз захопили майже всі сфери бізнесу і це лише початок, оскільки бізнес без застосування новітніх технологій не зможе розвиватися та швидко реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищі [3].

Впровадження цифрових технологій не може оминати і сферу державного управління, про те тут застосування інформаційно-комунікаційних технологій варто розглядати лише, як інструмент покращення процесу ведення співпраці влади з громадянами. Так створення державних онлайн полуг повинні бути спрямовані на очевидні переваги у повсякденному житті кожного громадянина. Цифровізація лише сприяє розвитку інформаційного суспільства, побудові відкритого інформаційного суспільства [4].

Не зважаючи на, очевидні переваги цифровізації варто не забувати і про контроль цього процесу, оскільки за стрімким розвитком інформаційно-комунікаційної сфери все встигає формуватися правове поле, яке б регулювало усі відносини між бізнесом, державою та суспільством у цій сфері. На тлі активного впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій буде рости і рівень кіберзлочинності. У такому випадку розробник певного цифрового продукту має ще й зосередити свої зусилля над тим, щоб забезпечити захист персональних даних користувачів, робочого середовища та технологій [5].

Серйозну стурбованість також викликає той фактор, що активне користування цифровими продуктами дасть можливість встановлювати тотальний контроль за користувачами. За допомогою спеціальних застосунків можна буде дізнатися про, що говорять громадяни, можливо навіть думки зможуть читати. Усе це свідчить про те, що з кожним новим етапом розвитку цифрового суспільства збільшується шанс перемоги штучного інтелекту.

Варто зазначити, що швидка цифровізація може збільшити рівень цифрового розриву серед населення. Це може сприяти розшаруванню суспі-

льства та появою нових соціальних класів. Ця проблема постане не лише перед державою, але й перед бізнесом, оскільки в такому випадку вони повинні будуть звернути свою увагу і на вирішення цієї проблеми, щоб не втратити користувачів та збільшити їх кількість. Ліквідація такого явища буде сприяти економічному розвитку, підвищенню рівню освітніх, медичних та управлінських послуг, також вирішаться проблеми соціально-економічного, культурного та технологічного характеру. [6]

Оцінивши усі переваги і недоліки розвитку цифрового суспільства можна сказати лише те, що життя людини без активного застосування усіх інформаційно-комунікативних технологій надалі неможливий. Тобто вже зараз стає зрозуміло, що цифровізація сформує зовсім інший світ з новими правилами і тут з'являться, як нові перспективи, так і загрози.

Список використаних джерел

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти . Київ. 2020. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf
2. Україна 2030e — країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <http://cpis.org.ua/na-shlyahu-do-cyifrovogo-suspilstva-yak-ukra%D1%97ni-ne-vtratiti-chas/>
3. Як цифрова трансформація допоможе розвитку вашої організації? URL: <https://www.terrasoft.ua/page/digital-transformation>
4. Лопушинський І.П. «Цифровізація» як основа державного управління на шляху трансформації та реформування українського суспільства:наук.стат. Херсон, 2018. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2018_2/20.pdf
5. Цифровізація як нова реальність України. URL: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/tsyfrovizatsiya-yak-nova-realnist-ukrayiny/>
6. Дві сторони цифрових технологій: "цифрова диктатура" або збереження стійкості. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovyykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhennia-stiikosti>

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ЗАСОБИ ВИРОБНИЦТВА

Маляр Д. В.,

доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів

Бондар К. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів

За класичним підходом під засобами виробництва розуміють сукупність засобів та продуктів праці, які в умовах сучасності підпорядковуються процесам цифровізації.

Активні цифрові засоби праці відрізняються своєю нестатичністю, а їх застосування передбачає безпосереднє функціонування або прийняття рішень в межах задалегідь закладених алгоритмів. Мова передусім йде про

програмне забезпечення та автоматичні системи управління підприємством (АСУП), які є не просто уособленням діджиталізації в чистому вигляді, а справжнім цифровим засобом виробництва. Особливість такого інформаційного продукту полягає в тому, що він початково орієнтований на вирішення множини прикладних багатоваріантних та неповторювальних задач, наприклад найбільше поширення здобули такі системи автоматизації виробничих процесів: product data management (PDM), Product Lifecycle Management (PLM), Manufacturing Execution system (MES) and Enterprise Resource Planning (ERP). В сьогоденні не можна уявити сучасні виробництва без автоматизації основних технологічних процесів, що скероване відповідним програмним забезпеченням та автоматичним контролінгом якості виробів. Програмне забезпечення та АСУП без сумніву варто віднести до активних цифрових засобів виробництва (основних фондів) на тій підставі, що вони переносять свою вартість на кінцевий продукт виробництва протягом багатьох технологічних циклів.

Зрозуміло, що фізичного зносу у цифрових засобів виробництва не може бути, але тим більший моральний знос, який значно відчутніший та інтенсивніший саме по відношенню до програмного забезпечення та АСУП, що дуже швидко застаріває та потребує перманентного відновлення. Програмне забезпечення як і будь які засоби виробництва зазнає морального зносу першого ступеня внаслідок втрати його вартості через скорочення вартості стосовно їх відтворення. Моральний знос другого ступеня наявний у разі появи нового програмного забезпечення, яке діє більш ефективно і продуктивно, отже знецінюються попередні версії або софт конкурентів. Моральний знос третього ступеня має місце за умов, якщо дана система автоматизації бізнес-процесів не може бути підключена або об'єднана з іншими більш новими автоматизованими системами на підприємстві через їх технологічні неузгодженість.

Не варто плутати цифрові засоби виробництва з електронно обчислювальними машинами у будь яких формах (комп'ютерами, ноутбуками, планшетами, смартфонами), оскільки це лише технічні засоби або традиційні засоби виробництва так само як і будь яке інше обладнання. Специфіка або відмінність ЕОМ від іншого устаткування полягає у їх орієнтації на роботу виключно з інформацією. При чому інформація є як ресурсом для функціонування таких пристроїв, так і результатом або продуктом їх роботи. Отже, це пристрої, які здійснюють акумуляцію, аналіз, обробку або банальну трансляцію інформації з візуалізацією на екран (можливо також без візуалізації). Однак, жодна з ЕОМ не в змозі працювати без програмного забезпечення, яке і виступає в ролі виключно електронно-цифрового засобу виробництва. Якщо самі ЕОМ є універсальним засобом по роботі з інформацією, то програмне забезпечення має суто спеціалізовані та вузько-спрямовані задачі, наприклад, 1С – ведення бухгалтерського обліку, Bitcoin – управління піринговою кріптовалютою, Rapidshop – софт для створення електронних магазинів. З цього випливає, що кінцевий про-

дукт виробництва, його вартість, продуктивність його створення та відповідно його конкурентоспроможність на пряму залежать від програмного забезпечення, що застосовується при цьому. В цьому сенсі більшість продукції суто звичайного або матеріального характеру може містити частку цифрової вартості перенесеної на кінцевий продукт. Таким чином через сучасні засоби виробництва цифровізація поширюється майже на всі без винятку галузі національної економіки.

Варто зауважити, що будь який товар, який виготовляється або реалізується за допомогою телекомунікаційних технологій набуває рис цифрового. Дані тенденції до цифровізації товарної маси, що обертається в національній економіці, є перманентними і лише набирають своїх обертів та масштабів. Карантинні заходи по всьому світі лише стали тим каталізатором, який прискорив ці процеси в світовому економічному просторі. При цьому це торкнулося не лише сфери обертання в частині зростання в багато разів інтернет-замовлень, фінансових платежів через мережу та доставки товарів споживачу, але і безпосередньо сфери виробництва, зокрема: здобули поширення та закріплення дистанційна форма зайнятості в різноманітніших галузях суспільного виробництва. А певні галузі, наприклад освіта, в загалом довели свою спроможність існування цілком у віртуальному просторі.

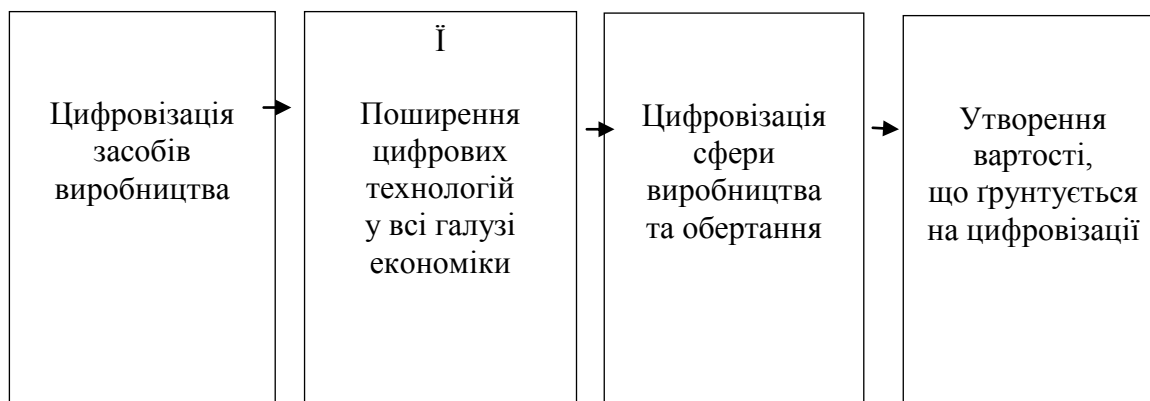


Рис. 1. Роль та вплив цифрових засобів виробництва на економіку.

Список використаних джерел

1. Голобородько О. П., Краус Н. М., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf.
2. Федулова Л. І., Ємельяненко Л. М. Інвестування в цифрову економіку: глобальні тенденції та практика України. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 6–13.

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ АУДИТУ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ

Брайко В. С.,

аспірант Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Вакульчик О. М.,** д.е.н., проф.,

завідувач кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування

Університету митної справи та фінансів)

Виникнення інтересу до проблем аудиту використання нерозподіленого прибутку зумовлене тим, що до теперішнього часу у вітчизняній науці відсутні дослідження, які комплексно охоплюють методичні аспекти аудиту використання нерозподіленого прибутку. Ґрунтовні наукові дослідження, які присвячені удосконаленню методології аудиту фінансових результатів підприємства, проводили Л. Лежненко, яка розробила власну модель аудиту фінансових результатів у розрізі видів діяльності підприємства [1, с. 16] та Д. Янок, запропонувавши низку пропозицій щодо оптимізації аудиту фінансових результатів в умовах стандартизації фінансової звітності [2, с. 18].

Під час проведення аудиторської перевірки використання нерозподіленого прибутку мета аудитора полягає в пошуку найбільш ефективної стратегії збору доказів, які підтверджують відсутність помилок і порушень. Для того, щоб зробити цей пошук цілеспрямованим, аудитор повинен знати, що саме він доводить або яку помилку шукає (рис.1).

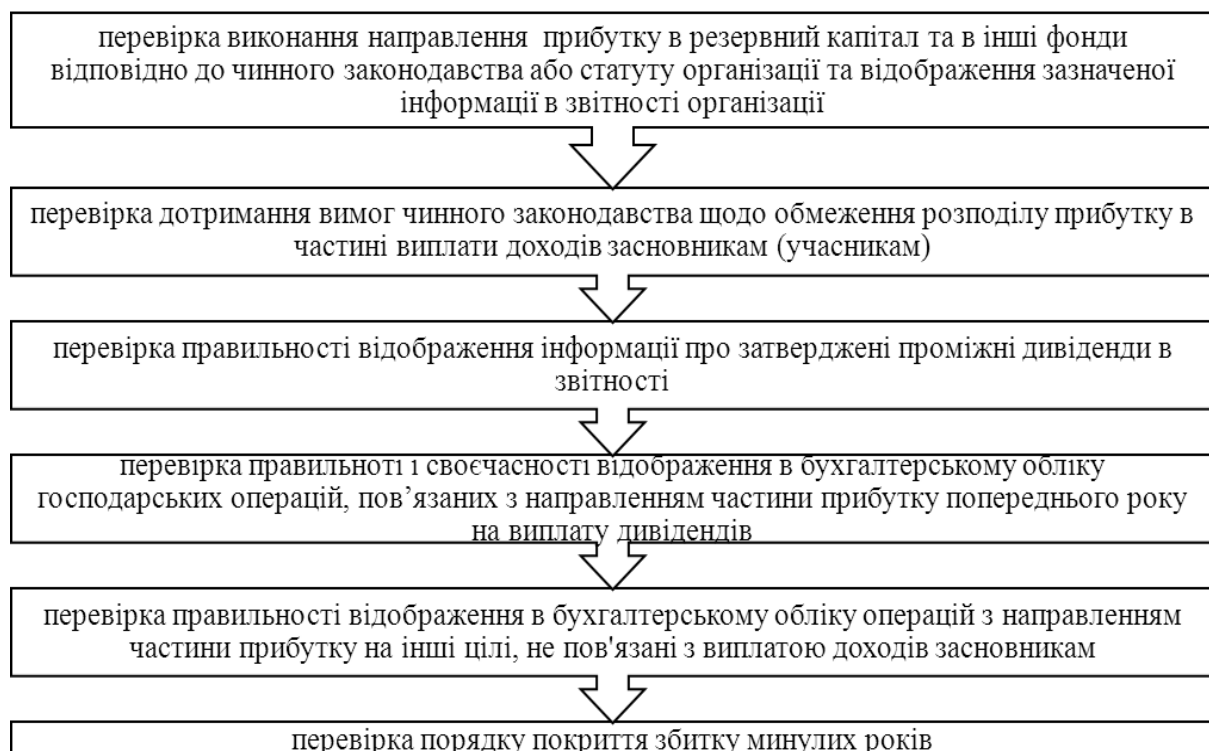


Рис. 1. Аудиторські процедури під час перевірки використання нерозподіленого прибутку

При проведенні перевірки слід врахувати наявність факторів, що визначають склад показників програми аудиту використання нерозподіленого прибутку: найменування аудиторської процедури, джерела перевірки, нормативні документи, що регулюють аудиторські процедури, методи контролю. Для наочності фрагмент програми аудиту використання нерозподіленого прибутку представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Фрагмент рекомендованої програми аудиту нерозподіленого прибутку

№	Назва аудиторської процедури	Джерело перевірки				Нормативні документи, що регулюють аудиторські процедури	Методи контролю
		первинні документи	реєстри синтетичного і аналітичного обліку	звітність	інші документи		

При цьому слід зазначити, що кожен етап перевірки має підтверджуватися відповідним робочим документом аудитора, зразок якого представлений в таблиці 2.

Таблиця 2

Зразок робочого документа аудитора

Робочий документ аудитора № Організація Період, що перевіряється					
Відомість перевірки на пряму використання прибутку					
№	Напрямок використання прибутку	Сума за даними організації, грн	Сума за даними аудиту, грн	Відхилення (+-) грн.	Причина відхилення

Попереднє планування є одним з обов'язкових етапів аудиторської діяльності. Його грамотне проведення дає можливість контролювати виконання правил нормативних документів, внутрішніх стандартів (положень) суб'єктів господарювання щодо ведення бухгалтерського обліку, що сприяє зменшенню рівня аудиторського ризику.

Список використаних джерел

1. Лежненко Л. Облік і аудит формування фінансових результатів : автореф. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.09. Київ, 2009. 20 с.
2. Янок Д. Облік, аналіз і аудит фінансових результатів в умовах стандартизації звітності : автореф. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Київ, 2005. 22 с.

РЕТРО-ТЕМАТИКА В ОНЛАЙН-МЕДІА

Моторна К. Д.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Дрешпак В.М.**, д. н. держ. упр., професор,
професор кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

Що таке «ретро»? Це – якісні старі речі, що мають культурну і матеріальну цінність [5]. У такій концепції акцент робиться на слові «якісні». Тому що елементи ретро – найліпші матеріальні речі, які зберегли первинну форму та обробку, та відображають найкраще, що відбувалося в епоху створення, власне, цих речей. Старовинні, якісні та ціннісні речі поділяються на: антикварні (понад 50 років); вінтажні (від 20 до 50 років); майже сучасні (від 5 до 20 років).

А. Шумський у статті «Чому любителі ретро техніки заслуговують на власний культурний рух»? пояснив, чому споживачів інформаційного контенту цікавлять речі періоду ретро [8]. Цільова аудиторія ретротематики – представники соціокультурного середовища, які поважають історію свого народу та країни. Захоплення ретро може знайти своє вираження як колекціонування та продаж антикварних речей. Такі види хобі приваблюють тим, що спонукає вивчати історію, художні стилі, техніку створення речей майстром або промисловим способом. Тому одним з напрямів медійної ретро-тематики слід назвати розповіді про таких людей, їх колекції, історії окремих експонатів тощо. Не менш цікавим є також «реконструкторський» рух. Маємо на увазі теми, пов'язані з моделюванням як матеріальних, так і певних духовних складових давніх пластів культури, реконструкцію значущих історичних подій. У медіа також це відображається у документально-художніх фільмах, наприклад, або в художньо-публіцистичних творах на історичну тематику. До цього напряму також можемо віднести краєзнавчі публікації.

Журналістські матеріали, у яких фігурує ретро-тематика, називаються ретроспективними [6]. Це означає «ті, що оглядають минулі події або твори, створені в минулому». Проте англійці вважають, що ретро – це таке застаріле, яке знову стало модним. Це твердження можна застосувати й щодо публікацій у медіа. Зокрема, до категорії «ретро» можуть переходити цілі тематичні напрями, про які з часом забувають, хоча їх суспільна актуальність може й не згаснути. Прикладом таких «ретро ЗМІ» є Retro Report – документальна інформаційна організація, присвячена вивченню історій після того, як їх заголовки зникнуть [9]. Тому ще один напрям відтворення ретро-тематики у медіа – це повернення із забуття певних тем.

Огляд журналістських матеріалів, опублікованих протягом декількох місяців 2021 року у дніпровських онлайнмедіа дозволяють виокремити дві найпопулярніші тенденції щодо висвітлення ретро-тематики: 1) розповіді про колекціонерів і їх колекції (зокрема, про ретроавтомобілі); 2) зацікавлення культурою минулого (наприклад, музичні вечори, архітектурні

пам'ятки міста). Такими, зокрема, є матеріали: «Ламбада и народные танцы: как развлекались люди почтенного возраста на ретровечеринке в Днепре», «В парках Днепра устраивают ретро-вечеринку под открытым небом: когда и где будет дискотека» (сайт газети «Наше місто»), що інформують про хобі мешканців Дніпра золотого та елегантного віку [3; 4]. Повідомлення «В Днепре открылась выставка пожарной ретро-техники» (сайт 056.ua), «Во Львове прошла выставка ретро трамваев» (сайт газети «Вісті Придніпров'я») привертають увагу до ретротранспорту, що відображає різні періоди в історії України [2; 7]. Матеріал «В Днепре обнаружили дивный старинный деревянный дом» (сайт gorod/dp.ua) привертає увагу до історичної архітектури міста [1].

Отже, незважаючи на класичне твердження про ретроспективний погляд як застаріле відображення подій у журналістських матеріалах, ретро-тематика у публікаціях онлайнмедіа, чия аудиторія здебільшого належить до середнього віку, свідчить про достатній рівень зацікавлення. Тому можемо припустити, що інформування цільової аудиторії про якісні речі, культурні цінності як символи найліпших періодів в історії людства, пов'язані з ними долі людей є перспективним напрямом творчої діяльності редакційних колективів.

Список використаних джерел

1. В Днепре обнаружили дивный старинный деревянный дом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://gorod.dp.ua/news/185846>
2. Во Львове прошла выставка ретро трамваев. <https://vesti.dp.ua/volvove-proshla-vystavka-retro-tramvaev/>
3. Ламбада и народные танцы: как развлекались люди почтенного возраста на ретровечеринке в Днепре <https://nashemisto.dp.ua/2021/08/16/lambada-i-narodnye-tancy-kak-razvlekalis-ljudi-pochtennogo-vozzrasta-na-retrovecherinke-v-dnepre/>
4. Літвінова А. «В парках Днепра устраивают ретро-вечеринку под открытым небом: когда и где будет дискотека». <https://nashemisto.dp.ua/2021/08/13/v-parkah-dnepra-ustrajut-retro-vecherinku-pod-otkryтым-nebom-kogda-i-gde-budet-diskoteka/>
5. Ретро // Вікіпедія (українська версія) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
6. Ретроспектива. Вікіпедія (English version). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.wikipedia.org/wiki/Retropective>
7. Шулаєва А. «В Днепре открылась выставка пожарной ретро-техники». <https://www.056.ua/news/3212062/v-dnepre-otkrylas-vystavka-pozarnoj-retro-tehniki>
8. Шумський А. Чому любителі ретро техніки заслуговують на власний культурний рух? // Український автомобільний клуб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uac-retro.org/retro-auto-culture_osnovy
9. Retroreport [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.retroreport.org>

ОСНОВНА СУТНІСТЬ УПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Сидоренко В. С.,

студента Бердянського державного педагогічного університету

(наукова керівниця – **Іванова Н. С.**, к.політ.н.,

доцент кафедри правознавства

Бердянського державного педагогічного університету)

Актуальність. Якість послуг органів місцевого самоврядування є значущим фактором, але недостатньо оціненим серед ставлення населення до органів місцевого самоврядування, розвитку економічних процесів, економії бюджетних ресурсів, які вимагають більшої уваги в правовому, організаційному та методичному аспектах.

У комерційному секторі послуги повинні бути якісними для того, щоб споживачі за них платили, в державній сфері послуги повинні бути якісними для того, щоб суспільство ефективно функціонувало. Одним з основних напрямків реформування надання державних послуг населенню є законодавче закріплення обов'язковості їх надання в електронній формі, в разі, якщо це не заборонено законом (виняток можуть становити послуги, специфіка надання яких вимагає особистого звернення заявника). Значимість електронних державних послуг для модернізації системи взаємодії державного апарату з населенням складно переоцінити [2, с. 150].

Місьцеве самоврядування в Україні має свій складний і в чомусь суперечливий правовий статус. Його самостійність гарантується Конституцією України та нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність органів місцевого самоврядування. Разом з тим місьцеве самоврядування об'єктивно вбудовано в ієрархію інститутів громадського управління, суттєвої і системоутворюючою частиною якого є державна влада. Але з урахуванням специфіки місцевого самоврядування всі інші інститути влади і управління суспільством змушені проявляти певну акуратність в кожному конкретному випадку залученні органів місцевого самоврядування у виконання загальнодержавних проектів різного рівня, спрямованості і змісту.

Складнощі і непорозуміння виникають навіть на прямолінійних відрізках розвитку, але вони тим більше неминучі при будь-яких перебудовах. Зміни та реформи, які здійснюються в країні, відгукуються на сформованому в цій галузі відносин крихкому балансі незалежності місцевого самоврядування від державного управління. В цілому електронне урядування передбачає перехід до вироблення та прийняття урядових рішень, які базуються виключно на безпаперових технологіях із одночасним забезпеченням ефективного залучення до цього процесу громадськості, реалізацію комплексного та індивідуалізованого підходу до надання державних послуг користувачам з одночасним усуненням їх від безпосереднього контакту з державними службовцями.

Впровадження електронного урядування є складним процесом, що потребує принципових змін у технології підготовки та прийняття урядових рішень та значних матеріальних, інтелектуальних та фінансових ресурсів та вимагає вирішення комплексу, правових, організаційних і технологічних проблем [1, с. 135].

Переведення послуг в електронний вигляд є перспективним напрямком, покликаним полегшити життя населенню. Довгий час громадяни в різних життєвих ситуаціях, від реєстрації автомобіля до отримання паспорта, стикалися з тяганиною, корупцією і некомпетентністю. Основна ж мета електронних послуг – максимально позбавити жителів від ходіння по відомчим кабінетам при зверненні до держави.

Впровадження зазначених технологій здійснюється практично в усіх сферах суспільного життя, включаючи економічну, соціальну і політичну. Переваги, які надають електронні технології, – швидкість, зручність і економічність обміну даними; – стимулюють політичне керівництво більшості сучасних держав активно застосовувати і використовувати ці технології в державній сфері.

Таким чином сучасні тенденції в сфері інформаційних технологій в країні та в світі створюють нові умови і виклики для розвитку електронного урядування. До теперішнього часу сформувалася об'єктивна необхідність вдосконалення системи впровадження електронних послуг (електронного урядування) у діяльність органів місцевого самоврядування для якісного перетворення життя громадян і умов ведення різного роду діяльності на основі використання інформаційних технологій.

Отже, впровадження електронних технологій надасть можливість зробити державні послуги та послуги органів місцевого самоврядування не тільки більш доступними і швидкими для заявників, а й персоніфікованими, адресними, які враховують потреби громадян і бізнесу. Врахування потреб заявників забезпечиться за рахунок використання великих масивів даних про заявників, накопичених органами місцевого самоврядування. Ці можливості надаються владним органам в рамках використання технологій «великих даних» (Big Data), ключовою особливістю яких є застосування автоматизованих методів аналізу великих обсягів інформації для більш якісної взаємодії з користувачами (заявниками в разі державних послуг).

Список використаних джерел

1. Наумова С. С. Надання адміністративних послуг в електронній формі: сучасний стан і перспективи розвитку. Підприємництво, господарство і право 2017. № 3. С. 135–138.

2. Соломко Ю. І. Розвиток системи надання адміністративних послуг як умова забезпечення ефективності впровадження електронних послуг. Ефективність державного управління. 2018. № 3. С. 146–157.

ЗАКОНОДАВЧІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ

Сидоренко В. С.,

студента Бердянського державного педагогічного університету
(наукова керівниця – **Іванова Н. С.**, к.політ.н.,
доцент кафедри правознавства
Бердянського державного педагогічного університету)

Актуальність. Процес злиття комунікаційних та інформаційних технологій в сучасному суспільстві протікає в умовах розбіжності рівня знань, досвіду та інструментарію фізичних осіб в залежності від географічних чинників, місцевих умов проживання, професійного обладнання приладдя. Внаслідок цього регулювання суспільних відносин щодо застосування сучасних технологій, цифрових засобів зв'язку, серед яких найбільш поширеними є елементи електронних послуг набуває актуального значення в становленні правової держави.

Для виконання органами місцевої влади своїх функцій, а також реалізації прав громадян, фізичних та юридичних осіб, громадських організацій основною умовою виступає наявність розвиненої інформаційно-комунікаційної інфраструктури на всіх рівнях, а також наявність відповідної нормативно-правової бази, яка встановлює порядок і забезпечує взаємодію всіх суб'єктів на основі впровадження електронних послуг. Наприклад, з метою впровадження нових інформаційних технологій в роботу органів місцевого управління, а, відповідно, підтримки надання електронних послуг, прийнятий і здійснюється ряд нормативних документів, урядових програм і рішень [1, с. 136].

При реалізації своїх функцій і повноважень органів місцевої влади різного рівня в тій чи іншій мірі використовують мережеві інформаційно-комунікаційні технології, в тому числі і в сфері організації надання та господарюючим суб'єктам, громадянам і населенню широкого спектру сервісів і послуг, реалізуючи модель так званого «електронного уряду».

Окремо необхідно зупинитися на державній концепції розвитку системи електронних послуг. Так, у 2018 році, в Україні схвалено та затверджено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки [2].

Данна концепція достатньо структуровано визначає загальні цілі та ключові принципи впровадження системи електронних послуг, ключові напрямки цифрового розвитку України та важливі напрями гармонізації державної системи електронних послуг з сучасними цифровими європейськими ініціативами.

Використання будь-якої електронної послуги засноване на двох положеннях:

1) загального характеру отриманого електронного документу, що дозволяє переносити відображену в ньому актуальну інформацію в часі і в просторі;

2) специфічне, тісно пов'язане з юриспруденцією – за допомогою електронного документа фіксуються факти, що мають юридичне значення, з метою підтвердження їх для майбутніх правовідносин.

Політика місцевих органів влади щодо електронних послуг сприяє формуванню таких прогресивних відносин влади, суспільства, громадянина та людини, бізнесу як партнерство та підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів електронних послуг.

Крім того, електронні послуги наразі є одним з основних засобів для здійснення та досягнення вищої мети державної політики розбудови в Україні інформаційного суспільства.

В цілому, необхідно зазначити, що правові основи системи електронних послуг державних та місцевих адміністративних послуг мають формувати та комплексно забезпечувати законодавчі акти та окремі нормативно-правові нормативи, які повинні бути скореговані та доопрацьовані відповідно до світових умов та «викликів» сьогодення. Так, зокрема, потребує комплексного нормування та більшої деталізації процес, спрямований на подальше розширення видів електронних послуг органів місцевої влади.

Тож, слід **резюмувати**, що в Україні, на теперішній час, є всі умови для ефективної реалізації процесів впровадження нових електронних послуг на місцевому рівні та переходу на більш високий інформаційно-технологічний рівень розвитку та надання адміністративних послуг на місцевому рівні. При подальшому системному підході розвитку системи електронних послуг, процес повинен супроводжуватися подальшим вдосконаленням та формуванням відповідної нормативно-правової бази. Відповідні цифрові інструменти і технології стимулюватимуть ефективний розвиток відкритого інформаційного суспільства в Україні, як одного з ключових чинників розвитку демократії в нашій країні та активного підвищення якості життя її громадян. Зазначені фактори здатні внести суттєві корективи в процес надання електронних послуг, у темпи проведення реформаторських заходів.

Список використаних джерел

1. Наумова С. С. Надання адміністративних послуг в електронній формі: сучасний стан і перспективи розвитку. Підприємництво, господарство і право. 2017. № 3. С. 135–138.

2. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 лип. 2013 р. № 386-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (дата звернення: 05.10.2021).

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Олексієнко Р. Ю.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів

Пікалова В. В., студентка Університету митної справи та фінансів

На сьогодні цифрова економіка відіграє все вагомішу й важливішу роль у суспільстві, змінюючи економічну поведінку споживачів та передбачаючи створення нових бізнес-моделей із стратегічним баченням використання цифрових технологій. Процес прийняття управлінських рішень також не залишається осторонь та підлягає змінам, зумовленим впровадженням цифрових технологій. Величезний обсяг інформації, що виникає і циркулює у сучасних бізнес-процесах і супроводжує кожен з етапів прийняття та реалізації управлінського рішення, логічно вимагає застосування відповідних цифрових інструментів і технологій, здатних задовольняти управлінський процес.

В епоху цифрових технологій управлінські рішення стають більш контекстними, безперервними і складними, дещо змінюючи зміст навіть традиційних підходів до розуміння стратегічних, тактичних та оперативних рішень. Як демонструє практика, сьогодні для ефективного прийняття стратегічних рішень потрібно все більше поточної інформації в режимі реального часу, яка використовується, зазвичай, для оперативних рішень.

Гарним прикладом є організація «Forbidden Planet», мережа роздрібних магазинів, які спеціалізуються на товарах для фільмів і телебачення, продаючи комікси, графічні новели, мангу, DVD, відеоігри, а також широкий вибір іграшок, одягу та інших колекційних товарів [1]. Під час нарад керівництва, компанія активно використовує платформу Qlik, яка дозволяє обробляти і оцінювати найбільш значущі набори даних протягом 15 хвилин, замість того, щоб проводити збори, перебираючи купи паперів або переміщуючись по таблицях Excel. Очевидно, що впровадження цифрової технології у процес прийняття управлінських рішень цієї організації дає управлінській команді більше часу та можливостей зосередитися на тому, що важливо тут і зараз, та діяти досить швидко, реагуючи на виклики вже практично у даний момент.

Іншим прикладом, є компанія «Enolytics», яка створила екосистему колективних даних, що дозволяє приймати більш обґрунтовані тактичні рішення в області виробництва вин [1]. Розширені знання, які надала екосистема, допомагають винній індустрії стати ближче до споживача, прислухаючись до його потреб та очікувань. Такий підхід демонструє, що тактичні рішення тепер вимагають більшого управління з боку організації та співробітництва з іншими учасниками ринку. Оскільки люди, як і раніше, є основними учасниками, що приймають остаточні рішення, їм необхідно це

робити на основі розширеної описово-діагностичної аналітики, аби мати можливість пропонувати ряд зважених альтернатив. Очевидно, що цей підхід повинен створювати певну позитивну синергію від взаємодії людей, дозволяючи обмінюватися знаннями, співпрацювати і застосовувати здоровий глузд при прийнятті рішень.

В епоху цифровізації все більше компаній впроваджують бізнес-додатки для прийняття оперативних рішень та повсякденних операцій. Так, більше сотні фармацевтичних компаній у світі обрали для аналізу даних додаток QlikView [2]. Автоматизація переміщення даних у цьому напрямі, зокрема, позбавляє працівників від неприємних та одноманітних завдань, необхідних для прийняття оперативних рішень, дозволяючи не перемикатися між різними додатками і не переміщувати дані вручну, щоб брати участь в управлінському процесі.

Ще одним прикладом успішності такого підходу є робочий процес Blendr.io SaaS [3], який дозволяє англійській компанії «Aston Martin» автоматизувати введення даних і рішення про порядок інвентаризації між чотирма своїми хмарними блоками: CRM, ERP, системами бухгалтерського обліку та інвентаризації. Цей робочий процес Blendr.io вивільнив роботу з повторної консолідації даних і дозволив їй працівникам зосередитися на прийнятті жорстких, нелінійних рішень. Також, компанія впровадила систему Sales Cloud. До неї лише десяток працівників розглядали дані про клієнтів, в основному аналізуючи їх вік. Для адаптації до нової системи IT-відділ «Aston Martin» використовував інший інструмент від Salesforce – Trailhead. Зараз понад 150 співробітників і 500 працівників дилерських центрів «Aston Martin» використовують Sales Cloud для збору, відстеження та поширення інформації про можливості компанії та вподобання споживачів. Також аналізуються дані про клієнтів, які віддали перевагу іншим автовиробникам преміум-класу.

У підсумку можна сказати, що в сучасну епоху цифровізації процес прийняття управлінських рішень (як безперервний процес оцінки ситуації або проблеми, розгляду та аналізу альтернатив, вибору можливих рішень і виконання необхідних дій) може бути як надзвичайно коротким, коли уявне міркування відбувається миттєво, так і досить тривалим, коли, за певних обставин, може затягнутися на тижні або навіть місяці. При цьому, по суті, весь процес прийняття управлінських рішень залежить від того, чи доступна потрібна інформація в потрібний час. Організації, які вважають за краще дотримуватися практики прийняття рішень традиційними інструментами даних і аналітики, можуть програти конкурентну боротьбу, оскільки від швидкості реакції та адаптації залежатимуть і кінцева продуктивність праці, і рівень витрат, і взаємовідносини з клієнтами. Готовність до застосування цифрових технологій у процесі прийняття управлінських рішень сьогодні має більше значення для успішної та ефективної діяльності сучасних організацій, ніж будь-коли раніше.

Список використаних джерел

1. Нові правила прийняття рішень в епоху цифрових технологій / Qlik blog [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.qlik.com/>, вільний.
2. Рішення по аналітиці та інтеграції даних / Qlik [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.qlik.com>, вільний.
3. Блог системи управління проектами Worksection / Хмарний Saas технології [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://worksection.com>, вільний.

ENGLISH IS THE LANGUAGE OF INTERNATIONAL COMMUNICATION

Артюмова С. О., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Щербицька В. В.**, к.ф.н., доц.,
доцент кафедри іноземної філології, перекладу
та професійної мовної підготовки
Університету митної справи та фінансів)

Despite the fact that there are tens of thousands of different languages in the world today, one of the highest priorities for learning is English. Knowing this language can significantly improve your life.

How English became international. Historical background.

It all began in the distant seventeenth century, when England ceased to be a conquering country and became a conquering country, very successful in this matter. The English navy was one of the strongest in the world. All sea routes were subject to the British. Most of the land – half of North America, many countries in Africa and Asia, Australia, India – was under the rule of the British Crown. At that time, the most important task for England was to establish trade relations. Of course, the language of a dominant and more developed country has pushed local languages into the background. Here the golden rule worked – whoever has gold, he rules, he chooses which language to speak. England gave impetus to the emergence of the world economy and the development of international relations in the XVIII century, it was the English language used for trade.

English is the language of world communication.

English – the language of trade and business. In many countries, English is very important as the language of diplomacy, trade and business. 90% of world agreements are concluded in English. World financial funds and exchanges also operate in English. Financial giants and large corporations use English no matter what country they are in.

English is the language of education. English is the most popular foreign language in schools. The most prestigious universities in the world are English-speaking. In countries where English is the second official language, students prefer to study English. Knowledge of English gives you the opportunity to get a good education and build a successful career.

English is the language of travel. Large-scale travels of the British for two centuries bore fruit. In the 21st century, English is the language of travel. No matter what country you are in, English will be understood everywhere. At the hotel, in the restaurant, at the bus stop, you can communicate with the locals.

English is the language of science and technology. English has become the language of the 21st century - the century of technological progress and information technology. Today, all instructions and programs for new gadgets are written in English. Scientific reports, articles, reports are published in English. 90% of Internet resources are in English. The vast majority of information in all areas - science, sports, news, entertainment - is published in English.

English is a universal language. In addition to all the above, English is beautiful, melodic and easy to learn. It has one of the richest vocabulary in the world, but it has a simple grammar. The words themselves are attracted to each other, forming concise and clear sentences. For more than 400 million people it is their mother tongue, for 300 million it remains a second language, and another 500 million speak English to some extent.

So, English can help you, both at work and on vacation. And no matter where you are in the world, knowing this language, you can easily check into a hotel, find out some information you need. You will be able to travel, get access to new and interesting information, find new friends abroad and communicate with them on an equal footing.

Список використаних джерел

1. Andreychuk N. I. Semiotics of the linguistic and cultural space of England in the late XV early XVII centuries: Lviv Publishing House. Lviv: Polytechnic University, 2011. 207 p.

2. Kostyuchenko U. P. History of the English language. К .: Sov. school, 1963.

MACHINE TRANSLATION OF TEXT FROM ENGLISH: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Артёмова Я. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Щербицька В. В.,** к.філол.н., доц.,

доцент кафедри іноземної філології, перекладу

та професійної мовної підготовки

Університету митної справи та фінансів)

Automatic translation is an action performed on a computer to convert text in one natural language into text equivalent in content in another language, as well as the result of such action. Machine translation systems have long ceased to be a curiosity. Automatic translation programs provide essential assistance in processing information in various foreign languages in various branches

of knowledge for specialists who do not speak a foreign language. Many users turn to machine translation systems every day, regardless of their pros and cons. So, the **advantages of machine translation** software include:

Fast access and high speed. The translation software is always at hand, and contacting a translation agency is often associated with additional time and effort. Just a few seconds – and we get a finished translation of the whole text. This allows you to quickly understand the general meaning, and if the program is configured to translate texts of exactly this subject, only minimal editing is required.

Profitability. If we turn to professional translators, then we must pay for the service according to the number of pages translated. Online machine translation system does not require payment, only Internet access is required.

Protection and security of information. The user can "entrust" any information to the machine translation system, even personal information (business correspondence, financial reports). The translator software guarantees confidentiality.

Flexibility and versatility. Flexibility means the ability to customize either for a specific subject area (specialized dictionaries), or customization for a specific book or text (user-created dictionaries). If a translator of fiction literature undertakes the translation of scientific or technical texts, mistakes cannot be avoided. In turn, the machine translation system is universal. The user only needs to competently connect a dictionary specialized for the relevant topic.

The **disadvantages of machine translation programs** include:

The machine translation system intuitively tries to guess how to translate a sentence in order to transfer its information, but the information and meaning of the text is usually lost. Therefore, after such a translation, a person should look after the correctness of the translation. This system shows itself especially badly in translation of literary texts, which is a translation problem. But such a translation also does not exclude mistakes. Machine translation is difficult to translate speech, especially slang is not given to it. Some machine translations are capable of translating complex literary texts. However, they still need to be controlled by a person, so that the meaning is not lost or direct speech sounds vivid, if we talk about works of art. Their development is underway.

Bottom line: In modern society, knowledge of a foreign language is necessary not only if we go on a trip abroad, but and in everyday life.

Список використаних джерел

1. Belov Yu. A., Protsenko VS, Chalenko PY Programming tools. K. : Lybid, 1993.
2. Labovkin V. N., Ogandzhanyan O. P. Information technologies for philologists: Workshop / V. N. Labovkin, O. P. Ogandzhanyan. Vitebsk: Publishing house of the UO «VSU P.M. Masherova», 2005.

ВИКОРИСТАННЯ СКОРОЧЕНЬ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Величко В. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Щербицька В. В.**, к.філол.н., доц.,
доцент кафедри іноземної філології, перекладу
та професійної мовної підготовки
Університету митної справи та фінансів)

The modern world of communication is a world of always in a hurry people who want to convey the maximum amount of information with minimal effort. The need to save time brings to life a lot of abbreviations and acronyms, without knowledge of which it is easy for English learners to get "lost" both in a friendly chat and in business correspondence.

Abbreviations are used not from illiteracy, but to save time and quickly convey their thoughts without forgetting about the most important thing. In real communication we can easily express a large amount of information, spending a few seconds. While communicating on the Internet we have to spend a minute or even more to express even a short thought. As a result, often all the ideas that you wanted to cover are forgotten. This is where a variety of abbreviations come to the rescue.

The functionality and convenience of the Internet is actively used to learn English, including correspondence and communication with native speakers in forums and chat rooms. But if you are new to an English-language forum, you will find it difficult to understand what its participants are talking about, because they very often use abbreviations when writing sms on the Internet in English.

The relevance of this topic lies in the wide spread of word abbreviations in modern English, which is a constantly developing phenomenon that does not stand still. Practical value of the research work consists in the possibility of using its materials during independent study, as well as in practical and group classes in English.

An important reason for the active use of graphic abbreviations is the increasing role of information technology in interpersonal communication. Teenagers devote a significant part of their leisure time to chatting and instant messaging, and the time-saving factor plays a significant role in such communication. In addition, in today's language abbreviation is often used as a means of expression, artistic expression, language play. Internet users show amazing ingenuity and imagination when forming abbreviations. According to the statistics of one of the largest sites devoted to abbreviations on the web (www.AcronymFinder.com), there are currently 4195875 registered English abbreviations in its database.

Thus, we came to the conclusion that any abbreviation (or acronym) can include any abbreviated word or word combination. Such words can be found in all languages, and they are becoming increasingly popular in modern communi-

cation, especially on the Internet. Compactness, speed, and absence of grammar and spelling rules are the characteristics of modern virtual communication. There are different classifications of abbreviations. Dubenets E.M. distinguishes two main types of abbreviations: graphic abbreviations and lexical ones. Graphic abbreviations are the result of reduction of words and word combinations only in written speech, while in oral speech the corresponding full forms are used.

Graphic abbreviations:

1. Numeric abbreviations 2 (two) = to, too, 4 = for
2. Alphanumeric abbreviations Any1=Anyone, F2F = Face to face, B4N = Bye for now, CUL8R = See you later

Lexical abbreviations are units of language which have not only an external (sound) aspect, but also an externally expressed meaning, and which exist in speech as something already existing and only reproducible in speech. (Addy = Administration, Net = Internet, electronic mail = e-mail, Messi = Message).

In addition, initial abbreviations, which stand between graphical and lexical abbreviations, are widely used on the Internet. Initial abbreviations are words formed from the names of the initial letters or initial sounds of the words that make up the initial word combination.

Initial abbreviations (in terms of pronunciation):

- Alphabetic-sounding or mixed initial abbreviations that read like words. PPL = people, etc.
- Initial abbreviations with alphabetic readings. OIC = Oh, I see, CU = See you, B = be, R = are, How r u? = How are you?
- Initial acronyms with sound reading or acronyms. LOL = laughing out loud, AFAIK = as far as I know, ИМНО = in my humble opinion.

Список використаних джерел

1. Голденков, М. А. ОСТОРОЖНО! HOT DOG! Современный активный English. – М. : ЧеРо, 2001, 272 с.
2. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация, 2004 г., С. 207.
3. Дубенец, Э. М. Лексикология современного английского языка: лекции и семинары. Пособие для студентов гуманитарных вузов. – М. : Глосса-Пресс, 2002, 192 с.
4. Дюжикова Е. А. Аббревиация сравнительно со словосложением: структура и семантика (на материале современного английского языка). М., 1997г. ,154 с.
5. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М. : Дело, 1998., 216 с.
6. Леонтьев А.А. Психология общения. – 3 издание. – М. : «Смысл», 1999, 263 с.

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

Волкова А. Р.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Семенова Л. Ю.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів)

В сучасних умовах економічної та політичної нестабільності, в умовах євроінтеграційних процесів, глобалізації та ринкової економіки все більшого значення набуває питання вдосконалення механізмів управління підприємством, які забезпечують його ефективно, динамічне та конкурентоспроможне функціонування. Один із варіантів, сутністю якого є вирішенні цієї проблеми, полягає у використанні маркетингових комунікацій як інструмента впливу на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства. Саме маркетингові комунікації виступають одним із головних та визначальних чинників економічного благополуччя підприємства, які спрямовані на максимальне задоволення потреб покупців у товарах та послугах [1, с. 284].

Розвиток маркетингових комунікацій в Україні відбувається під впливом політичної та економічної нестабільності. На даному етапі простежується різке погіршення у споживчому секторі, знижується купівельна спроможність населення, падає підприємницька діяльність, відбувається знецінення національної валют все це призводить до скорочення витрат на маркетингові комунікації. В умовах які склались, пріоритетними засобами комунікації будуть залишатися інтернет реклама, особисті продажі, та засоби стимулювання збуту, які не потребують залучення великих коштів [4].

Ефективний вихід товару на ринок та його подальше просування неможливі без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій, що спрямовується на інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, а також створення позитивного іміджу підприємства [2, с. 114]. Побудова та використання інтегрованих маркетингових комунікацій можливе на всіх рівнях управління, різних сферах господарської діяльності [3, с. 252].

Маркетингові комунікації – це діяльність фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари та формування позитивного іміджу фірми в очах громадськості. У маркетинговій комунікації є два дуже важливі процеси, які взаємодіють між собою: по-перше відбувається вплив на цільові аудиторії за допомогою певних інструментів; по-друге компанія завдяки маркетинговій комунікації отримує зустрічну інформацію про реакцію аудиторії на ті чи інші заходи, які проводить фірма. Так фірма може визначити які інструменти найбільш ефективні для використання [4].

Виділяють наступні інструменти проведення політики маркетингової комунікації:

– реклама – будь-яка платна форма неособистої презентації та просування ідей, товарів чи послуг, котру замовляє чи спонсорує то чи інший спонсор;

– особистий продаж – презентація продукту торговим представником фірми з метою його продажу та налагодження довгострокових взаємозв'язків з споживачами;

– стимулювання збуту – короткострокові стимули, метою яких є придбання чи продаж товару чи послуги;

– зв'язки з громадськістю (паблік-рілейшинз) – налагодження взаємозв'язків між компанією та різноманітними групами суспільства за допомогою створення сприятливої репутації, завдяки формуванню позитивного корпоративного іміджу, а також спростування чи запобігання небажаних слухів та подій;

– прямий маркетинг – прямі взаємозв'язки з ретельно відібраними цільовими індивідуальними споживачами для отримання негайної реакції та культивування довгострокових взаємозв'язків з ними.[4]

Основною метою маркетингових комунікації є комплексне просування товару. Один і той же вид комунікації може бути використаний підприємством в різних цілях. Наприклад, рекламні комунікації в ЗМІ інформують цільову аудиторію про товар і одночасно формують імідж підприємства. Реклама в місцях продажу виконує у тому числі і функцію стимулювання збуту. [2, 117].

Як висновок можна зазначити, що маркетингові комунікації використовуються комплексно в єдиній комунікаційній програмі, сприяють досягненню максимальної ефективності серед засобів конкурентної боротьби направленої на споживача. Це зміцнює позиції будь-якого підприємства на ринку.

Список використаних джерел

1. Зоріна О. І., Фадеєнко В. Ю. Вплив маркетингових комунікацій На діяльність підприємств в сучасних умовах. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, випуск № 21, 2008, с. 284–287.

2. Хмарська І. А. Сутність та значення комплексу маркетингових комунікацій підприємств. Хмельницького національного університету. Вісник № 6, Т. 2, 2011, с. 114–118.

3. Жуков С. А. Інтегровані маркетингові комунікації: роль і значення в забезпеченні туристичного бренду регіону. ДВНЗ «Ужгородський національний університет» с. 251–262 URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/8755/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%96%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%20%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA.pdf>

4. Сокол П. М.. Дослідження маркетингового комунікаційного ринку України для сільськогосподарських підприємств. Електронний журнал «Ефективна економіка» № 3, 2016 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4852>

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Чехлатий К. О.,

аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Івашина О. Ф.**, д.е.н., професор
професор кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

Масштабні перетворення в контексті розвитку наскрізних цифрових технологій створюють передумови для загострення проблем національної безпеки, формують виклики тріаді інтересів особи, суспільства та держави. Процеси оцифрування, цифрова економіка стрімко змінюють старий спосіб діяльності сучасного суспільства. Маючи на увазі, що, з одного боку, завдяки інформаційним технологіям підвищується ефективність більшості галузей економіки та державного управління, можливості для взаємодії суб'єктів правовідносин розширюються за рахунок нових цифрових технологій, таких як штучні інтелекту та робототехніки, збільшується швидкість розробки та прийняття управлінських рішень.

Водночас, з протилежного боку, на даний момент спостерігається позитивна тенденція зростання кількості кібератак. За аналітичними даними, продукти таких програм, як Kaspersky і Cisco, виявляють понад 700 мільйонів онлайн-атак на квартал у всьому світі і блокують близько 20 мільярдів мережевих атак на добу [1]. Вищесказане дозволяє нам констатувати вдосконалення та трансформацію нового типу зловмисної діяльності зловмисників шляхом автоматизації кібератак, включаючи використання технологій штучного інтелекту та машинного навчання з метою «обійти» відомі засоби захисту інформації (даних) [1]. Багаторічний досвід розвинених країн свідчить, що успіх у розвитку економіки та суспільства може бути забезпечений лише новими знаннями та науково-технічним прогресом [2].

Перехід до інноваційних технологій, особливо в організаціях з високою науковою складовою доданої вартості, вимагає нових методів у системі інформаційного забезпечення, підтримки баз знань та програм мотивації працівників. Управління знаннями та здатність організації навчатися стають ключовими управлінськими компетенціями. Знання - це здатність організації вдосконалюватися на основі отриманої інформації про нові технології та динаміки внутрішніх та зовнішніх факторів. Цьому сприяє система управління знаннями SAP - платформа управління знаннями. Інформаційні технології управління підприємством на основі системи ERP дозволяють ефективно вирішувати проблеми управління підприємством, спираючись на стратегію його розвитку [3]. Для цього потрібна єдина інтегрована платформа, яка охоплює всі бізнес-процеси підприємства та поєднує в собі новітні управлінські та інформаційні технології.

Удосконалення корпоративного управління стає ключовим стратегічним завданням розвитку та життя будь-якого підприємства, вирішувати яке допомагають цифрові технології, особливо в період після COVID-19. Мотивація авторів до проведення дослідження пов'язана з прагненням систематизувати та, можливо, передбачити розвиток цифрових рішень для управління та комунікаційних рішень у нових умовах після глобальної пандемії COVID-19, коли більшість працюючого населення зазнала переосмислення парадигми їх економічної та соціально-комунікативної діяльності. Пандемія дійсно прискорила перехід багатьох процесів у цифровий формат. Різке зростання Інтернет-трафіку та попиту на послуги Інтернету ще раз доводить це: використання Інтернету та пропускна спроможність широкопasmових мереж збільшилися відповідно на 70% та 30%, а хмарних відеопослуг-у 20 разів [1]. Ця нова для світу ситуація допоможе людству зрозуміти, яка інфраструктура і які державні програми можуть стати опорою для розвитку держав, зосередившись на розвитку технологій, які складуть основу процесу адаптації наших країн до постійної зміни умов. Багато держав вже замислювалися над цими питаннями і вжили ряд відповідних заходів. Наприклад, розвиток нової інфраструктури в Китаї став основою масштабного проекту «Цифровий Китай», технології 5G стали двигуном економічного зростання в Південній Кореї, стратегія розвитку штучного інтелекту була розроблена в ОАЕ, в Іспанії була опублікована Стратегія суспільства Giga, заклик перейти від будівництва доріг до будівництва широкопasmових мереж пролунав у Великобританії.

Список використаних джерел

1. Ba S, Whinston A. B and Zhang H. (2002), « Building trust in online auction markets through an economic incentive mechanism », *Decision Support Systems* 970 (2002), xxx-xxx.
2. Brynjolfsson E and Hitt L. M. (2000), «Beyond Computation: Information Technology, Organizational transformation and Business Performance», *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 14, N°4, pp. 23–48.
3. Dai Q and Kauffman R. J. (2002), « Business Models for Internet-Based B2B Electronic Markets », *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.6, N°4, pp. 41–72.

ЕЛЕКТРОННІ КОМУНІКАЦІЇ У ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ

Павлішина Н. М.,

к.е.н., доц., доц.каф. «Маркетингу та логістики»

Національний університет «Запорізька політехніка»

Маркетингові комунікації є найбільш динамічним із елементів комплексу маркетингу оскільки потребують постійної адаптації під очікування цільової аудиторії. Вони відчувають на собі вплив новітніх технологій та можуть використовувати різноманітні засоби для просування контенту, реклами чи налагодження зворотнього зв'язку зі споживачами.

Багато підприємців зосередили свою увагу на Інтернет-комунікаціях та соціальних мережах. Однак цифрову складову не варто недооцінювати та обмежувати виключно світовою павутиною.

Інтернет-маркетинг є лише невеликою частиною цифрового маркетингу, оскільки для комунікації використовує лише мережу Інтернет, а цифровий маркетинг передбачає використання більшої кількості комунікаційних мереж, у тому числі мобільні застосунки, месенджері, gsm, gps, gprs, bluetooth, QR-коди, SMS-розсилки, нові можливості POS-терміналів тощо [2; 3, с. 72].

Тож недооцінка цифрової складової бізнесу призводить до соціального дистанціювання, особливо це відчувають на собі компанії, які орієнтовані на молоду цільову аудиторію, яка швидко сприймає інформацію, постійно оновлює програмне забезпечення, опановує один ресурс за іншим.

Цифрові комунікації – це обмін повідомленнями у онлайн-середовищі із використанням цифрових технологій.

Їх використання має низку переваг, зокрема:

- персоналізація повідомлень;
- історія повідомлень, до якої споживач може звернутись у разі потреби, дозволяє відслідковувати повідомлення;
- можливість поєднання декількох інструментів дозволяє зробити комунікацію більш інтерактивною. Наприклад, у смартфоні є календар, записна книжка, таблиці – все використовується разом із процесом комунікації;
- асинхронність комунікацій не порушує приватний простір користувача та не впливає на робочий процес;
- можливість використання мультимедійних засобів робить комунікацію більш інформативною, динамічною та цікавою.

Однак ці та інші переваги можливо отримати за наявності продуманої стратегії, відповідної до вимог та можливостей цифрового простору. Загалом, цифрову стратегію комунікацій можна визначити як «планування ефективного використання інформації та цифрових технологій з метою підвищення пізнаваності організації, зміни поведінки аудиторії, просування тощо. Суть стратегії полягає не у використанні різних технологій та інструментів, а у ефективному вирішенні за їх допомогою актуальних завдань» [3].

Формування комунікаційної стратегії у цифровому маркетингу передбачає проходження низки послідовних етапів:

- формулювання мети цифрової стратегії. Мета має відповідати меті та філософії компанії, а також інтегруватись з маркетинговими цілями;
- визначення цільової аудиторії. Слід враховувати, що як би добре ми не знали свою аудиторію, її уподобання, потреби та можливості з плином часу змінюються. Потрібно розуміти, коли, де, скільки перебуває аудиторія у онлайн. Розуміння факторів, які впливають на попит та формують мотивацію аудиторії є запорукою вибудовування справді індивідуальної комунікації;

– пошук партнерів. Сумісне просування дозволить зробити його менш нав'язливим та більш ефективним. Партнерство дозволить ініціювати спільні флешмоби, хештеги, тематичні рамки тощо;

– підготовка контенту. Контент – це унікальна пропозиція компанії, яка триває декілька миттєвостей та повинна одразу привернути увагу. Це її функціональна чи емоційна перевага, покликана спонукати до дії. Зауважимо що для кожного із використовуваних каналів комунікації застосовується свій спосіб подачі інформації – текст, зображення, інфографіка, анімація тощо;

– вибір каналів комунікації. Змінюються гаджети, програмне забезпечення та застосунки, яким користуються аудиторія. Тож слід вчасно перемикатись із одного каналу на інший. Наприклад, зберігаючи присутність у Фейсбук, яка поступово втрачає свої позиції серед молоді, варто звернути увагу на Тік-Ток, який, навпаки, завойовує популярність. До digital-каналів належать: сайти, соціальні мережі, блоги, електронна пошта, публічні акаунти, групові чати, чат-боти, мобільні застосунки, месенджери тощо. Таке різноманіття призводить до розгалуження маркетингових функцій – розвивається SEO (видача сайту через пошукову систему), SMM (ведення соціальних мереж), Email Marketing (відповідає за поштові повідомлення), CPC та CPA (реклама на сторонніх сторінках), ORM (робота на сайтах оголошень, форумах, чатах), Digital PR (іміджеві публікації та блоги), робота з мобільними застосунками [1, с. 338]

– реалізація стратегії та відслідковування показників її ефективності.

Тож електронні комунікації у цифровому просторі потребують вивчення аудиторії, виваженої стратегії, відмінного контенту, контролю і коригування.

Список використаних джерел

1. Головчук Ю.О., Мельник Ю.В., Козуб М.В. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-51>. Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство. 2018. Випуск № 19. С. 337-341. URL : https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/51.pdf

2. Рябов І.Б., Шевкопляс І.М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. Ефективна економіка. 2020. №12. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/95.pdf

3. Цифрові комунікації: створюємо нову нормальність. Громадський простір. URL : <https://www.prostir.ua/?library=tsyfrovi-komunikatsiji-stvoryujemo-novu-normalnist>

4. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 7. С. 70-74. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf

ПРОБЛЕМАТИКА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ТА КОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Багро К. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник **Кахович Ю. О.** к.е.н., доц.,

доцент кафедри менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

Університету митної справи та фінансів)

Управління є невід'ємною частиною кожної організації та підприємства. Проте з часом способи впровадження їх в процес діяльності значно змінився. Це пов'язано з дослідженням психології людини, відкриттям нових теорій і шкіл управління а також створенням інноваційних технологій. Завдяки останньому, світ кардинально змінився, тому з'явилося таке поняття як інноваційне (або інформаційне) суспільство.

Інформаційне суспільство – теоретична концепція постіндустріального суспільства, історична фаза можливого еволюційного розвитку цивілізації, в якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі. Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства мають стати –інформація і знання [1].

Цифровізація управлінських процесів дає змогу нівелювати наслідки неповноти та асиметрії інформації, знижуючи управлінські ризики під час прийняття остаточних керівних рішень, тим самим підвищуючи загальну ефективність господарської діяльності [2].

Проте управлінцям слід враховувати, що введення інноваційних технологій має ряд певних проблем з якими доведеться зіткнутися, а саме: витрати на навчання працівника, який буде працювати на цьому обладнанні, ціна самої техніки, розсіювання уваги менеджерів, переоцінювання ролі автоматизації та недостатній рівень розвитку автоматизованих процесів. Цифровізація сьогоdnішнього часу націлена на допомогу менеджерам, однак не на повну автоматизацію управління.

У цілому, для забезпечення процесів управління в автоматичному або напівавтоматичному режимі слід виконувати дві умови: 1) програмне забезпечення має бути здатним вирахувати відхилення від нормальних показників процесів на належному рівні; 2) програмне забезпечення повинно мати можливість формувати управлінські реакції, які дозволяють повернути процеси до нормальної траєкторії [3].

Комунікації теж зазнали суттєвих змін. Від телеграм, паперових листів та картотек до факсів, месенджерів, мобільних додатків і хмарних сховищ. Через початок пандемії, спричиненої спалахом вірусу Covid19, живе спілкування все більше почало замінюватися відео-спілкуванням. Таким чином, більшості навчальних закладів довелося перейти на онлайн-навчання. Це дало змогу не витрачати час, який зараз є дорогим ресурсом, на шлях від дому до офісу, школи чи університету, а також на роботу з паперовими документами та очікуваннями на потрібний документ, адже на зміну їм прийшли електронні бази.

Однак впроваджувати цифрові інструменти почали хаотично та необґрунтовано. Кожна організація має свої особливості, потреби та можливості, напрямки роботи та цільову аудиторію, саме тому впровадження цифрових рішень потребують аналізу та індивідуального підходу. А саме створення цифрової стратегії.

Цифрову стратегію комунікацій можна визначити як планування найбільш ефективного використання інформації та цифрових технологій у діяльності організації з метою підвищення пізнаваності даної організації, зміни поведінки та мислення певної цільової аудиторії, вирішення певної проблеми чи винесення на широкий загальний рівень певних тем. Суть стратегії полягає не у максимальному використанні різноманітних технологій та інструментів, а у ефективному вирішенні за допомогою них актуальних завдань. Організації, які зробили використання цифрових технологій системними чи складовою своєї стратегії розвитку, як правило, більш упевнено оцінюють своє майбутнє [4].

Отже, завдання керівників полягає в тому, щоб створити таку модель інформаційного забезпечення управлінської діяльності в організації, яка б, з одного боку, зменшила витрати часу менеджерів на здійснення рутинних операцій, а з іншого – відповідала вимогам економічної доцільності, тобто оптимізувала співвідношення “результати/витрати”.

Щоб уникнути проблем з комунікаціями у цифровому суспільстві потрібно створювати цифрову стратегію, яка допоможе зрозуміти напрямок руху організації в майбутньому та роль інновацій у цьому процесі.

Список використаних джерел

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Руденко М.В. ЕВОЛЮЦІЙНІ ПЕРЕДУМОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ https://revolution.allbest.ru/management/01213951_0.html
3. Бут-Гусаїм О. Г., Ковтуненко К. В. Цифровий менеджмент: проблеми та перспективи розвитку <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifroviy-menedzhment-problemi-ta-perspektivi-rozvitku/viewer>
4. Цифрові комунікації <https://www.prostir.ua/?library=tsyfrovi-komunikatsiji-stvoryujemo-novu-normalnist>

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Лугова Є. І.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ковтун Н. С.**, к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

У еру інноваційних технологій, коли за декілька годин можливо перетнути континент, не дивно, що туризм – є однією з найперспективніших галузей у світі. Частка туризму в ВВП України становить 2 %, коли в роз-

винених країнах цей показник сягає 10%. За цими даними видно, що значні потенційні можливості розвитку туристичної галузі залишаються нереалізованими.

Справа в тому, що довгий час для України туристична справа була другорядною, економічна підтримка незначною. Дані Світового економічного форуму свідчать, що Україна на сьогодні використовує менше третини наявного туристичного й рекреаційного потенціалу, коли при його повноцінному використанні щорічні надходження до бюджету становитимуть близько 10 млрд дол. США.

Наявні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні, зокрема:

- другорядне відношення до сфери туристичного бізнесу та недосконалість законодавства;
- зменшення на 30-60% кількості іноземних туристів, через нестабільну ситуацію в країні та у світі (АТО, пандемія Covid-19);
- інвестиційна непривабливість для іноземних підприємців та відсутність достатнього захисту бізнесу[1];
- недостатня рекламна підтримка та відсутність іміджу України у сфері туризму на міжнародному рівні [2];
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму.

Для того, щоб зробити туристичний бізнес в Україні більш привабливим, необхідно надавати державні податкові пільги для власників об'єктів туристичної інфраструктури. Так, у багатьох розвинених країнах Європи існують знижені ставки ПДВ саме для цього бізнесу. Інвестиційна привабливість українських об'єктів сильно зростає, якщо ставка ПДВ становитиме близько 5-10%. Така зміна податкового законодавства призведе не до збитку для бюджету, а до його наповнення за рахунок залучення коштів інвесторів.

Для вирішення вищезазначених проблем доцільними будуть такі заходи:

- 1) вдосконалення нормативно-правової бази;
- 2) створення економічних умов для стимулювання розвитку туризму;
- 3) розроблення соціально-економічних систем для залучення вітчизняних інвесторів;
- 4) для створення належного конкурентного середовища доцільно залучати іноземні інвестиції у створення готелів та готельних мереж, більше уваги приділити економічному та податковому заохоченню вітчизняних інвесторів у напрямку створення національних готельних мереж.

Глобалізація та цифровізація економічних процесів за сучасних умов спричинила фундаментальні зміни в організації бізнесу на всіх рівнях суспільно-економічної діяльності. Діджиталізація вже декілька років є головним чинником зростання бізнесу. Інноваційні технології трансформували як бізнес, так і підходи до клієнтів, реалізацію продуктів та послуг тощо.

Тепер достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти і орендувати житло у будь-якому куточку світу.

Одним з факторів, що сприяє упровадженню цифровізації в сферу туризму, є доступність та вміння населення працювати в Інтернет-середовищі. Для оцінки рівня цифрового забезпечення країни одним із показників є доступ в Інтернет. За підрахунками Committed to connecting the world, наприкінці 2019 року 53,6% населення планети, або 4,1 млрд людей, користуються Інтернетом. Усередньому 60,5% українського населення користуються онлайн послугами з організації дозвілля та туризму [3].

Однією з найбільш перспективних цифрових технологій є обробка великих даних Big Data та blockchain. За допомогою застосування штучного інтелекту, зокрема, технології упізнавання можна:

- пришвидшити час проходження реєстрації туристів в аеропортах;
- забезпечити доступ гостя в номер за допомогою сканування сітківки ока або сканування відбитків пальців;
- покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express).

Отже, для стимулювання підприємств туристичної галузі необхідно здійснити як економіко-фінансову підтримку їх розвитку, покращити кадрове забезпечення, створити ефективні партнерські зв'язки між державою та бізнесом, активно впроваджувати цифрові технології в сферу туризму на всіх рівнях. І це дозволить сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної сфери в Україні. Так і подальші науково-практичні розвідки мають бути направлені на вивчення й дослідження питань упровадження інформаційних технологій у сферу туризму, оскільки, на нашу думку, саме інформаційний супровід туристичного бізнесу та використання Digital-технологій є стратегічним ресурсом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії.

Список використаних джерел

1. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі URL: <http://mincult.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853>.
2. Організація туристичної діяльності в Україні URL: <https://library.if.ua/books/31.html>.
3. Проект "Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою". Український Інститут Майбутнього URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html>.

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Лаптева В. Д.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Палешко Я. С.**, к.г.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин, регіональних
студій та туризму Університету митної справи та фінансів)

Підприємства та споживачі, які змогли «перейти на цифрову технологію», допомогли пом'якшити економічний спад, спричинений пандемією. Але вони також прискорили цифровий перехід, який матиме тривалий вплив на наше суспільство та повсякденне життя – до чого не всі готові.

Пандемія більше за інших принесла користь провідним цифровим платформам світу. Більшість рішень, які використовуються для електронної комерції, роботи на відстані та хмарних обчислень, надаються порівняно невеликою кількістю великих компаній, що базуються переважно в Китаї та США.

Тим часом у багатьох найбільш економічних світу споживачі та підприємства не в змозі використати нові можливості електронної комерції через постійні вузькі місця та бар'єри, такі як дорогі ширококутні послуги, надмірна залежність від готівки, брак цифрових навичок серед неувважності населення та уряду.

Ризик полягає в тому, що величезний цифровий розрив, який вже існував між країнами та всередині них, лише посилиться після пандемії. Результатом стане ще більш глибока нерівність, яка може загрожувати зірвати прогрес у досягненні Цілей сталого розвитку ООН.

Насправді більшість сучасних маркетингових ініціатив можна розглядати як цифрову комунікацію. Кампанії в соціальних мережах та відеореклама-це просто спосіб компаній масово спілкуватися з потенційними клієнтами у спосіб, який є швидким та економічно ефективним.

Переглядаючи всі сфери бізнесу, які передбачають цифровий зв'язок, можна з упевненістю сказати, що сучасні технології значно покращили спосіб роботи компаній. За допомогою простих і доступних способів спілкування співробітники можуть витратити свій час на зосередження на більш важливих завданнях.

Оскільки цифровий простір стає все більш впливовим, нові комунікаційні канали та найсучасніші платформи передачі даних створили можливості для бізнесу покращити досвід роботи з клієнтами та змінити свій спосіб ведення бізнесу.

2020 рік був безпрецедентним, але він також послужив каталізатором для багатьох організацій, які охопили цифровий простір, впроваджуючи

електронну комерцію у свої пропозиції або переходячи на онлайн-платформу даних клієнтів.

Все більше компаній спілкуються зі своїми клієнтами через мобільні платформи та програми. Хоча це, звичайно, не є чимось новим для багатьох підприємств та галузей промисловості, спалах пандемії коронавірусу, безумовно, прискорив цю потребу ще більшої кількості підприємств.

Оскільки так багато людей продовжують залишатися вдома протягом тривалого часу, для бізнесу ніколи не було важливіше зміцнити свої стосунки – і свою лояльність – з існуючими клієнтами.

Використання інтерактивних, персоналізованих повідомлень – це чудовий спосіб досягти цього. Кол-центри перетворилися на контакт-центри, часто являючи собою єдину точку контакту між клієнтом та брендом.

Готівка зникає з нашого життя, і хоча карткові платежі відіграють фундаментальну роль у нашому житті, мобільні платежі також зростають.

Багато магазинів пропонують можливість оплати через мобільний телефон шляхом сканування QR кодів, тоді як онлайн платежі є новою нормою. Тим часом банки зараз дозволяють переказувати гроші на номери мобільних телефонів.

Хоча традиційна торгівля зазнала масового негативного потрясіння через економічні зриви, спричинені пандемією, цифрова торгівля та торгівля з підтримкою цифрових технологій зросла не тільки на місцевому рівні, а й за кордоном. Коли ми перейдемо до пост-пандемічної, цифрово трансформованої економіки, багато реформ бізнесу, спричинених кризою, зберігатимуться.

Ці події матимуть серйозні наслідки для напрямку та структури торгівлі, як стосовно традиційних товарів та послуг, так і щодо швидкозростаючих форм цифрової торгівлі та торгівлі з цифровими можливостями.

Список використаних джерел

1. Мухіса Кітуї, Генеральний секретар ЮНКТАД «Перехід у цифровий режим»: Як побудувати інклюзивну цифрову економіку після COVID-19 URL: <https://unctad.org/news/going-digital-how-build-inclusive-digital-economy-wake-covid-19>

2. Естер Дага Овладіння цифровою комунікацією на робочому місці URL: <https://powell-software.com/blog/workplace-digital-communication/>

3. Рамзі Чамат Тенденції цифрового спілкування сприятимуть розвитку вашого бізнесу у 2021 році URL: <https://ewm.swiss/en/blog/digital-communication-trends-boost-your-business-2021>

WOMEN'S LEADERSHIP IN BUSINESS

Chumak Ya. S.,

Student University of Customs and Finance Scientific

supervisor – Ph.D in Philology,

Associate Professor **Kovalova O. K.**

There are different models of leadership, which occur with different frequency in men and women. The former are more characterized by a competitive model (dominance, aggression, self-confidence, egocentrism, desire for power) in combination with masculine, for women – a combination of competitive model with cooperative (focus on communication, altruism, extraversion) and dominance of feminine (leadership role is accepted only in the leadership vacuum, when there is no representative corresponding to the masculine model) [1].

C. Bartoli and D. Martin showed that a woman leader in the men's business world in a men's group plays one of four informal roles:

- 1) «mother» – she is expected to provide emotional support, not business activity;
- 2) «temptress» for the boss, which causes outrage among male colleagues;
- 3) «toy, mascot» – a nice but not business woman who brings good luck;
- 4) «iron lady», which has a non-female rigidity, as a result of which they are the most isolated from the group.

All of these roles prevent women from becoming equal to men and reduce their chances of moving up the career ladder. Men make more attempts to dominate their gender. Women in the presence of the opposite sex are less active than men, claiming the role of spontaneous leader.

According to J. Georstad, leadership isn't part of the life values of many women. Hence the idea that women leaders lose to men leaders in the effectiveness of leadership because they have less power, influence and resources. However, as shown by McCobby and Jacqueline, in longer communication, women were equal to men in leadership [2].

But, as practice shows, women in business achieve no less success than men. However, not all of them dare to realize their professional potential.

Business run by women is becoming more sustainable. Women are less likely than men to take conservative decisions, but pay more attention to investing in the long-term future of the company – in particular, training and education. Such a strategy often pays off.

Studies by McKinsey and BCG show that companies in which men and women are equally in the lead, have higher financial performance – and they exceed the performance of purely «male» companies by 15–50 % [2, 3].

Surveys of millennials (people born after 1984) and Generation Z (born after 2000) show that gender diversity is one of the decisive factors in hiring them. About 51 % of Generations Y and Z, according to a study by John Zogby Strategies, believe that HR professionals should first seek diversity in the team

and only second – to evaluate candidates according to their skills and achievements, because new knowledge and skills can always be taught. If a company wants to have qualified young employees, it should pay more attention to ensuring that equal opportunities for men and women are created for development and implementation [4].

It should also be noted that to promote the development of women's leadership it is necessary:

- to form a corporate environment in which there are no negative stereotypes about a woman leader or informal «purely male» agreements;

- create conditions for a combination of career and family care. This applies to the provision of childcare leave for both mothers and fathers, and in large companies – the arrangement of corporate nurseries and kindergartens, which will facilitate the early withdrawal of women from the decree;

- introduce programs for the development of women's leadership, including through non-standard mechanisms.

- to develop the institute of mentoring. In companies, it is important to hold regular meetings of less experienced women with mentors among the more experienced – this motivates the former to professional development;

- provide opportunities for additional education for women. Create trainings, master classes, courses in business management, personnel management, finance and other fields of knowledge especially for women.

In today's world, women are increasingly becoming leaders and succeeding. In the field of entrepreneurship, we can note a large percentage of women who head companies, many women are leaders in small business, women are successful in the family business, complementing and correcting the actions of men.

References

1. Koenig A. M., Mitchell A. A., Eagly A. H., Ristikari T. Are leader stereotypes masculine? A metaanalysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*. 2011. Vol. 137. No 4. P. 616 - 642.

2. How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/how-advancing-womens-equality-can-add-12-trillion-to-global-growth#> (date of application: 08.10.2021)

3. Why Women-Owned Startups Are a Better Bet. URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet> (date of application: 08.10.2021)

4. Half of Millennials and Generation Z want employers to prioritize diversity over ability when it comes to hiring, survey reveals. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-6929385/Half-Millennials-Generation-Z-want-employers-prioritize-diversity-ability-hiring.html> (date of application: 08.10.2021)

ДАЙДЖЕСТИ У КОНТЕКСТІ СПРИЙНЯТТЯ ДРУКОВАНОЇ ТА ЦИФРОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ АУДИТОРІЄЮ СУЧАСНИХ МЕДІА

Старина М. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Дрешпак В. М.**, д.н. держ.упр., професор,
професор кафедри журналістики

Університету митної справи та фінансів)

Нині електронні екрани усе активніше «сперечаються» за увагу аудиторії з паперовими сторінками та друкованими картинками. Екрани гаджетів мають вагомий вплив на свідомість людей, яка вже звикла формуватися у темпі на максимум. Швидкі зміни, потік оновлення інформації, що подається в яскравих зображеннях є ознакою сучасного етапу еволюції суспільства.

Високий рівень технологічного розвитку і зайнятості людей пояснює, чому вони віддають перевагу електронним формам роботи з інформацією, що є більш затребуваними, зручними та швидкими. Враховуючи швидкість подій, і відповідно, оновлення інформації із різних галузей і сфер життєдіяльності, у друкованих ЗМІ може вміщуватися лише близько 20% інформації, яка може бути передана за той же час і тими ж зусиллями через цифрові медіа.

Такі дані можна підтвердити, провівши аналіз будь-якого газетного видання. Наприклад, щомісячний випуск газети має в своєму обсязі інформацію, що збиралася певний період, з новизною лише на останній час. Читач, ознайомившись із цим протягом дня, потребує подальшого розширення своєї поінформованості. Отже, останній випуск стає неактуальним вже наступного дня після виходу. У той час, як в інтернет-просторі кожні п'ять хвилин сторінки подій оновлюються і в будь-який момент користувач отримує свіжу стрічку. Ураховуючи, що між черговими випусками газетного видання, потік інформації в реальності надходить в прискореному ритмі, що через друковані ЗМІ надійде, імовірно, з запізненням [5].

Починаючи з 1895 року, основним своєчасним і швидким засобом постачання інформації було радіо, що відносилось до початкового цифрового ЗМІ і відповідало тогочасним потребам [4]. Сучасна ж людина звикла бути у вирі подій, стала більш зацікавленою, розвинена різносторонньо. Також значущим елементом сучасного життя є час. За цих умов друкованому виданню складніше втримати чи збільшити аудиторію. Причиною також може бути вузький напрям інформування – медіа нині стали більш спеціалізованими [3].

Наприклад, щоб отримати потрібну інформацію з різних сфер: політики, шоу-бізнесу, спорту, науки, сьогодні, потрібно зібрати безліч газет та журналів, не маючи при цьому гарантії на повний результат. Але стовідсотковим незадовільним результатом буде затрачена значна кількість часу та бюджет. Книгу краще прочитати онлайн, що гарантує комфорт, зменшення часу на пошук та немарний бюджет на випадок, якщо книга не принесе задоволення чи потреби. Пояснити зменшення інтересу суспільства до паперових видань також можна тим, що майже половина користувачів медіа у світі [1, с. 10] не бажають підтримувати витрачання природних матеріалів,

зокрема деревини і максимально мінімізують використання паперу в повсякденні. Тому вигідніше користуватися електронними «інформаторами».

Також не слід забувати про манеру подання друкованої інформації читачеві. «Повідомлення завжди повинне мати рівень зрозумілості... того соціального шару, на який розраховано» (А. Моль) [5]. Важливим тут є оформлення тексту, стилю написання, дотримання стислості повідомлення для легшого розуміння і сприйняття читачем. Можна зробити припущення, що проблема сприйняття різних ЗМІ існує через суперечливість цінностей і понять сучасної аудиторії, яка поділяється на окремі вікові категорії. «На основі системи цінностей, притаманних тому чи іншому суспільству, формуються ціннісні орієнтації особистості, котрі, змінюються в ході історичної трансформації людства..., виконують функції регулятора поведінки цієї особистості» [2, с. 245]. Отже, цінності, що сформувалися протягом покоління, заважають рівномірно розподіляти погляди на сучасне інформування.

Посприятти покращенню ставлення сучасної аудиторії до сприймання друкованої інформації може одна з технологій журналістської діяльності – створення дайджестів. Спираючись на цільове завдання – зібрати та розповсюдити найбільш значущі на сьогодні теми для суспільства в одному виданні – шанси на збільшення рейтингів друкованого дайджест-видання збільшуються.

Довести реальний вплив цього жанру можна на прикладі американського журналу «Reader`s Digest». Увага аудиторії привертається у такий спосіб: лише актуальна інформація завдяки скороченню; оригінальність на основі вже опублікованих статей, що підтверджується авторами; можливість розширити свою інформативність через огляд інформації з різних видань. Проте, опублікування такого типу інформації може виявити зацікавленість лише у певної вікової категорії, навіть, якщо зробити випуск дайджесту щоденним. Але, якщо організувати онлайн-дайджест, наприклад, у вигляді окремого додатку у кожному смартфоні, популярність цього жанру зростає. Інформація буде поширюватися за тими ж критеріями, але перевагою буде те, що відсортовані події та новини знаходитимуться в найближчому доступі.

Отже, з будь-якої сторони цієї проблеми знаходяться «за» та «проти». Навіть, якщо спробувати популяризувати друковані медіа, це буде малореальним за нинішніх умов. Саме тому в сучасних умовах інформаційного розвитку дайджест-технологія може бути застосована в онлайн-форматі.

Список використаних джерел

1. Бюнер М. Продукт-менеджмент з екології та базових матеріалів. - березень 2019. – Issue 4. – С. 10–23.
2. Григор'єв В. Й. Філософія. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.
3. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіа культурі // Current issues of mass communication. – 2013. – Issue 14. – С. 70–75.
4. Костюк Б. Радіо Свобода — липень 2013. Майбутнє радіо: цифрове мовлення і мультимедійні програми: <https://www.radiosvoboda.org>
5. Моль А. Соціодинаміка культури. Передмова Б. В. Бірюкова. - Москва: Видавництво ЛКІ, 2008 — 416с.

ВПЛИВ ТА НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ У ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Ковальчук М. Ю.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Вишневецька Е. І.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Лесюк О.В.**, к.н. з соц. ком., ст. викладач кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів)

Перші повідомлення про захворювання на пневмонію, яка спричинена коронавірусом у Китаї, з'явилися в січні 2019 р. На сьогодні тема коронавірусу COVID-19 є найбільш обговорюваною. У пресі з'являється безліч матеріалів, які так чи інакше стосуються саме цієї теми.

«Загальнонаціональні онлайн-медіа дуже активно висвітлювали ситуацію з поширенням COVID-19 та наслідки інфекції як у світі, так і в Україні. В середньому цій темі було присвячено 58,5 % від загальної кількості матеріалів» [2]. Такими є результати моніторингу, проведеного ГО «Інститут Масової Інформації» у 17 загальнонаціональних онлайн-медіа у березні 2020 р. Найбільше матеріалів про коронавірус було зафіксовано на сайтах «Укрінформ» (88 % від загальної кількості матеріалів) та «Страна» (77 %). Найменше про COVID-19 писали сайти «Ліга» (27 % від загальної кількості матеріалів) та «Дзеркало тижня» (33 %).

Матеріали про COVID-2019 у	
% відношенні від загальної кількості матеріалів	
Укрінформ	88
Страна	77
Тиждень.ua	75
УП	69
Цензор	68
Інтерфакс	67
ТСН	63
УНІАН	63
24 канал	62
НВ	59
РБК	58
Обозреватель	58
Знай	47
Сегодня	42
Гордон	40
ДТ	33
Ліга	27

2 лютого 2020 р. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) оголосила «масову інфодемію», посилаючись на надмірну кількість відомостей, точних та неправдивих, про вірус, які «заважають людям в пошуку надійних джерел та правильних рекомендацій, коли вони цього потребують». ВООЗ заявила, що високий попит на своєчасну та вірогідну інформацію сприяв створенню прямої цілодобової гарячої лінії ВООЗ, де її співробітники та групи в соціальних медіа здійснюватимуть моніторинг і реагування на дезінформацію через веб-сайт та сторінки соціальних медіа.

19 березня 2020 р. Міністерство охорони здоров'я повідомило, що в медіа поширюється багато недостовірної інформації й маніпуляцій щодо пандемії коронавірусу. Представники виконавчої влади закликають журналістів не «гнатися за гучними заголовками», а ЗМІ та українців перевіряти інформацію й користуватися лише офіційними джерелами.

У наслідок карантинних обмежень відбулось падіння економічної активності в країні, що негативно вплинуло на засоби масової інформації і журналістську діяльність. Більшість медіа-менеджерів скаржаться на провал рекламних бюджетів і нестачу фінансування засобів масової комунікації. Деякі ЗМІ оголосили про додаткові благодійні грошові внески серед своїх підписників та читачів, аби вижити під час карантину. З таким закликом, зокрема, звернулося інтернет-видання «liga.net», журнал "Український тиждень" та деякі інші ЗМІ.

Журналісти під час карантину потерпають від обмежень на переміщення, проведення інтерв'ю та проведення зйомок. Вони намагаються прямий контакт з реципієнтами компенсувати засобами електронного зв'язку. Наслідками карантинних обмежень у журналістській діяльності виступили наступні тенденції: проблеми із заробітною платою у вигляді затримань та скорочень відчули 22 % журналістів, скорочення/зменшення діяльності – 14 %; скорочення замовлень – 11 %; відсутність замовлень – 9 %; відмова від замовлень – 8 %; закриття медіа – 1 %.[3]

Пандемічна хвиля стрімко поширюється і несе у собі високі показники ризику не тільки для економіки та суспільства, а й для життя кожної людини. «Три дзвінки з чотирьох – з Харкова. Місць немає. Швидкі не встигають приїжджати. Сатурація 30, сатурація 20. Ніхто не може допомогти. Жодні гроші, жодні зв'язки. Система не впоралася. Помирати доведеться вдома», – пише у соцмережах волонтерка Леся Литвинова, яка очолює благодійний фонд «Свої» і минулої зими допомагала хворим на ковід з киснем і закликає бути обережними і відповідальними.

Проаналізувавши матеріали ЗМІ, ми розуміли, що тема пандемії, на сьогодні є найбільш актуальною у ЗМК і має високий кількісний показник розміщення матеріалів. З іншої сторони, ми маємо прояви негативного впливу на читацьку аудиторію і використання маніпулятивних прийомів: поширення моральної паніки у населення, недостовірність джерела, гра на емоціях, відволіканням уваги, підміна інформації. Тому головне завдання сучасних ЗМІ у період пандемії – висвітлення актуальної, достовірної, перевіреної інформації для суспільства.

Список використаних джерел

1. ЗМІ під час пандемії: українські медіа потерпають від браку реклами. URL: <https://www.dw.com/uk/>
2. Писаренко Л. М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID-19 в одеських ЗМІ / Л. М. Писаренко // Правове життя сучасної України : у 3 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.) / відп. ред. М. Р. Аракелян. – Одеса : Гельветика, 2020. – Т. 1. – С. 442–445.
3. Громадська організація «Центр прикладних досліджень» Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904>

ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР В АУДИТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Мельніченко І. С.,

Студент Університету митної справи і фінансів

(науковий керівник – **Вакульчик О. М.,** д.е.н.

завідувач кафедри кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування)

Аудит фінансової звітності – аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [3].

Відповідно до МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до міжнародних стандартів аудиту» остаточною метою аудиторської перевірки є підвищення довіри зацікавлених осіб до фінансової звітності [1].

Розвиток аудиторської діяльності в Україні та розширення переліку підприємств, що повинні проходити обов'язковий аудит призвели до необхідності оптимізації трудомісткості проведення аудиту. Велику роль у цьому відіграють аналітичні процедури, котрі є одним із способів отримання аудиторських доказів.

Відповідно до МСА 520 аналітичні процедури – це оцінки фінансової інформації, зроблені на основі аналізу очікуваних взаємозв'язків між фінансовими та нефінансовими даними. Аналітичні процедури також включають вивчення будь-яких виявлених розбіжностей або кореляцій, які не узгоджуються з іншою суттєвою інформацією або значно відрізняються від очікуваних результатів [4].

Правильно розроблені та виконані аналітичні процедури можуть дозволити аудитору більш ефективно досягати аудиторських цілей шляхом скорочення або заміни інших детальних аудиторських перевірок.

Аналітичні процедури є особливо корисною процедурою аудиту на етапі планування аудиту, оскільки вони дозволяють аудитору вирішити, чи можна покласти на аналітичний огляд, щоб зменшити ризик, або аудитору необхідно збільшити роботу у сфері фактичної та документальної перевірки. Аналітичні процедури, що використовуються на етапі планування аудиту, можуть визначити ті напрямки аудиту, які можна вважати «ключовими» для даного підприємства.

Окрім визначення характеру, обсягу та строків проведення різних аудиторських процедур, аналітичні процедури можуть також вказувати на аспекти діяльності суб'єкта господарювання, про які аудитору раніше не було відомо, або коли відбулися коливання в інформації фінансової звітності, що не відповідало очікуванням аудитора. Аналітичні процедури не використовуються лише на етапі планування аудиту – вони можуть бути використані протягом усієї аудиторської перевірки і на завершальному етапі аудиту.

Використання аналітичних процедур по суті вимагає елемента судження, і аудитору необхідно враховувати такі фактори, як характер твердження, а також ризик істотного викривлення. Особливо це стосується випадку, коли аудитор визначає, що середовище внутрішнього контролю в певній аудиторській сфері є слабким. Таким чином, він не покладається на внутрішній контроль, а натомість, здійснює більш суттєві аналітичні процедури.

Аналітичні процедури допомагають порівнювати фінансову інформацію, отриману за різні періоди, для виявлення невідповідностей у прогнозованих моделях чи значних коливань та несподіваних зв'язків, а також пояснювати результати їх розслідувань.

Основними методами загальних аналітичних процедур є: аналіз коефіцієнтів, порівняння із фінансовою інформацією за попередній період, факторний аналіз[4].

Ефективність аналітичних процедур залежить від розуміння аудитором суб'єкта господарювання та його оточення, а також та використання професійного судження.

Аналітичні процедури є більш надійними з точки зору аудиторських доказів, якщо вони надходять із джерел, незалежних від клієнта, а не із їхніх внутрішніх джерел. Аудитор визначає надійність даних, які будуть використовуватися при розробці аналітичних процедур по суті, посиляючись на:

- джерело отриманої інформації;
- порівнянність отриманої інформації;
- характер та актуальність отриманої інформації;
- внутрішній контроль за підготовкою отриманої інформації [2].

Аналітичні процедури скорочують кількість детальних аудиторських процедур. Якщо аналітична процедура не виявляє аномальних коливань, можна припустити, що ймовірність значної помилки або неточності мінімальна. Згодом результат цієї аналітичної процедури слід вважати вагомим доказом на користь достовірності звітності.

Список використаних джерел

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : видання 2016-2017 рр. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%90%202016-2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%201\(1\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%90%202016-2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%201(1).pdf). (дата звернення 19.10.2021)

2. Analytical procedures. The global body for professional accountants ACCA веб-сайт. URL: <https://www.accaglobal.com/in/en/student/exam-support-resources/professional-exams-study-resources/p7/technical-articles/analytical-procedures.html> (дата звернення 19.10.2021)

3. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 р. № 2258 – VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення 19.10.2021)

4. Винниченко Н. В., Федяй А. Ю. Аналітичні процедури для отримання аудиторських доказів. Ефективна економіка. 2019. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7536> (дата звернення: 19.10.2021)

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

Філінковська А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Семенова Л. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів)

Пандемія COVID-19 вплинула на усі аспекти економічної діяльності. Не стала винятком і поведінка споживачів. Заходи по соціальному дистанціюванню, самоізоляція, карантин, прийняті в багатьох країнах, та інші чинники створили нові споживчі тенденції, які потребують деталізації [1].

Так, за даними ДССУ, за 9 місяців 2020 року найбільшу частку в товарній структурі роздрібного товарообороту підприємств традиційно склали харчові продукти й товари повсякденного попиту. Тобто, як і в попередні роки, у 2020 році споживачі у першу чергу купують товари, які є необхідними для життя. У той же час, можна спостерігати і появу нових тенденцій споживчої поведінки українців під час пандемії. Зокрема в минулому році споживачі обмежили витрати на товари та послуги, які можна віднести до категорії «приємно мати», але які не є життєво необхідними. Так, наприклад, у структурі роздрібного товарообороту зменшилась частка продажу автомобілів (до 6.3%), інших будівельних матеріалів (до 1.8%), дерев'яних виробів. Серед іншого, це може свідчити про підвищення в період пандемії цінності грошей [2].

Схильність до накопичення. Загроза локдауну чи техногенної катастрофи (яку пророкують деякі блогери у соціальних мережах) призвела до

того, що споживачі почали накопичувати товари першої необхідності (хліб, вода, м'ясо, крупи, макаронні вироби, олія, борошно, сіль, консерви, туалетний папір, дезінфікуючі та миючі засоби і т. п.). Накопичення – це загальна реакція на управління невизначеністю майбутнього постачання продукції для первинних потреб [1].

Прагнення уникнути зайвих витрат на тлі зниження доходів простежується і у падінні споживчих витрат на ресторани та готелі, відпочинок і культуру (на 38.7 % р/р та 28.1 % р/р відповідно, у II кварталі 2020 року). Скорочення грошових витрат населення України на їжу поза домом, дозвілля, культурні потреби негативно вплинуло на динаміку в окремих галузях української економіки, зокрема: розміщування й харчування; діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування; сфери мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (за 9 місяців 2020 року обсяги виробництва цих галузей у річному вимірі знизилися на 28.5 %, 11.9 %, та 9.5 % відповідно).[2]

Поточні витрати 80 % громадян зросли, у першу чергу, на продукти харчування, що, з огляду на карантинні обмеження (закриття ринків і подібне), пов'язується із закупівлями у мережах організованої торгівлі (супермаркетах) поряд зі зростаючою потребою готувати і харчуватись вдома. Водночас, понад 66 % – стверджували, що мають заощадження без поточних зарплат не більше ніж на один місяць. Тоді як, кожна друга сім'я зробила поточні запаси (до двох тижнів) соціально значимих продуктів та медикаментів. Обмежені заощадження і достатні запаси продуктів першої необхідності в умовах зниження важливості товарів соціального позиціонування сприятимуть різкому падінню попиту на другорядні і статусні продукти, у т. ч. після виходу з карантину, з психологічних міркувань покупця. Що засвідчив досвід споживчого ринку Китаю [3].

Під час пандемії населення України усвідомило й цінність переваг від діджиталізації та електронної комерції. Зокрема, карантинні обмеження та наслідки пандемії коронавірусу прискорили перехід споживачів до покупок онлайн. Так, за результатами дослідження групи компаній EVO, сума онлайн-покупок українців за 2020 рік зросла на 41 %. Збільшилося користування послугами онлайн-кінотеатрів, служб доставки, онлайн-навчання. Дистанційна робота під час карантину, онлайн-навчання, конференції в онлайн-форматі зумовили потребу у створенні малих офісів вдома, що дещо підтримало подальше зростання кінцевих споживчих витрат населення на предмети домашнього вжитку [2].

Карантинні обмеження змінили характер навчання й роботи населення, а також багато звичок і загалом стиль життя. Стались значні зміни в пріоритетах споживачів. Бюджетні обмеження стали відчутними для переважної більшості споживачів, тому вони перейшли на бережливу модель поведінки. Криза навчила споживачів більш адекватно оцінювати співвідношення ціни та якості товарів, і, при звичайстві до нових обставин, вони навряд чи повернуться до колишньої моделі поведінки [4].

Споживачам довелося прийняти новітні технології, які полегшують роботу, навчання та споживання. Вони почали більше турбуватися про себе, своїх рідних, близьких та суспільство в цілому. Нарешті, державна політика також нав'язала нові звички споживання, особливо в громадських місцях [1]. Зміни в поведінках споживачів торкнулись не лише роботи і доходів, наслідки пандемії змінили спосіб життя, дозвілля, спілкування, процеси соціалізації.

Список використаних джерел

1. Трайно В. М. Особливості поведінки споживачів в умовах COVID-19. Економіка та суспільство. Випуск № 29, – 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/550>
2. Яценко Г. Зміни споживчої поведінки населення України у відповідь на трансформацію системи цінностей під час пандемії URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/news/Pages/View.aspx?MessageID=7384>
3. Бережний Я. В. Споживчий ринок і карантин «covid-19» в Україні. Електронний журнал «Ефективна економіка» № 9, 2020 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/66.pdf
4. Євдокимова Н., Котенок Д. In search of new explanatory models of consumer behavior. Paradigm of Knowledge № 3 (41), 2020 URL: <http://oaji.net/articles/2020/1739-1599486351.pdf>

СИСТЕМА АДМІНІСТРАТИВНИХ СТЯГНЕНЬ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ЗА ПОРУШЕННЯ МИТНИХ ПРАВИЛ

Кресан К. Д.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ліпинський В. В.**, д. ю. н., доцент,
директор навчально-наукового інституту права
та міжнародно-правових відносин
Університету митної справи та фінансів)

Як відомо, поведінка людей регулюється соціальними, в тому числі правовими нормами. Для абсолютної більшості людей нормою є поведінка, що відповідає приписам права, тобто є правомірною. Водночас прямою протилежністю правомірної поведінки є правопорушення, які залежно від виду юридичної відповідальності поділяються на конституційні, дисциплінарні, цивільні, адміністративні, митні.

Адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені Митним кодексом, настає за умови, якщо ці правопорушення за своїм характером не тягнуть за собою кримінальну відповідальність.

Види порушень митних правил та відповідальність за них встановлено главою 68 Митного кодексу (далі – МК України).

Стягнення, що накладаються за порушення митних правил

Вичерпний перелік стягнень, які може бути накладено за порушення митних правил, міститься у ст. 461 Митного кодексу.

Як зазначав Ліпинський В. В.: «Склад порушення включає в себе ознаки, що характеризують зовнішній акт поведінки особи, його спрямованість і наслідки, а також ознаки, що характеризують самого правопорушника і його психічне ставлення до вчиненого» [1, с. 46].

Так, за порушення митних правил може бути накладено такі адміністративні стягнення:

- 1) попередження;
- 2) штраф;
- 3) конфіскація товарів, транспортних засобів комерційного призначення.

Попередження як адміністративне стягнення за порушення митних правил є офіційним попередженням правопорушника щодо недопустимості таких діянь у майбутньому. Попередження виноситься у формі постанови про накладення адміністративного стягнення.

Застосування попередження як до громадян, так і до посадових осіб підприємств передбачено ст. 468, частиною першою ст. 469, частиною першою ст. 470, частиною першою ст. 481 Митного кодексу.

Штраф як адміністративне стягнення за порушення митних правил полягає у покладенні на особу, яка притягується до адміністративної відповідальності за таке правопорушення, обов'язку сплатити до державного бюджету кошти у сумі, яка визначається Митним кодексом залежно від виду та характеру вчиненого правопорушення.

Порядок нарахування штрафів відповідно до статей 468–471, 474–481 МК України встановлено у розмірі, кратному не-оподаткованому мінімуму доходів громадян, а згідно зі статтями 472, 482–485 цього Кодексу – у відсотковому еквіваленті.

Розмір неоподаткованого мінімуму доходів громадян визначається законами України.

Конфіскація як адміністративне стягнення за порушення митних правил полягає у примусовому вилученні товарів, транспортних засобів, зазначених у п. 3 ст. 461 Митного кодексу, і безоплатній передачі їх у власність держави. При цьому моторні транспортні засоби та несамохідні транспортні засоби, що буксируються ними, розглядаються як самостійні об'єкти конфіскації.

Конфіскацію може бути застосовано виключно за рішенням суду у випадках, обсязі та порядку, що визначаються Митним кодексом та іншими законами України. Конфіскація товарів, транспортних засобів застосовується незалежно від того, чи є ці товари, транспортні засоби власністю особи, яка вчинила правопорушення.

Застосування конфіскації передбачено статтями 471 (передбачено конфіскацію лише тих товарів, переміщення яких через митний кордон України заборонено або обмежено законодавством України), 472, 473, 476, 482–484 Митного кодексу [2].

Отже, адміністративне стягнення є складовим елементом змісту інституту адміністративної відповідальності. Застосування адміністративних стягнень за порушення митних правил має спиратися на єдині, законодавчо закріплені та чітко визначенні положення.

Список використаних джерел

1. Ліпинський В. В. Щодо деяких питань взаємодії органів державної фіскальної служби України та державної прикордонної служби України під час виявлення ознак порушень митних правил. Правова позиція: науковий журнал Університету митної справи та фінансів. Правова позиція, № (18), 2017 р. [ст. 46].

2. Митний кодекс України: Закон України від № 2341-III. України: Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Панова Я. Г.,

здобувач вищої освіти другого рівня МЕН_11_мд_БА
Полтавський державний аграрний університет

Цифрова трансформація бізнесу – це не тільки автоматизація процесів, використання програм та технічного забезпечення, а й створення системи, в якій використання даних працюють на ефективність компанії

В сучасних умовах пандемії COVID-19 активно триває перехід до цифрової економіки, який значно трансформує усі традиційні функції управління підприємством, і, в тому числі, управління персоналом.

Багато компаній на сьогоднішній день не активно впроваджують зміни та використовують нові технології і можливості для удосконалення HR-процесів, а займають позицію вичікування. Така позиція веде до значного зниження конкурентоспроможності, адже через це компанії ризикують втратити доступ до робочої сили з унікальними якостями та характеристиками, що є дуже важливим при визначенні успішності компанії на ринку.

Цифровізація HR пов'язана зі зміною споживчою поведінки, коли користувачі з розвитком технологій підвищують вимоги до доступності продукції та послуг на різних цифрових додатках. Це спричинило формування властивостей цифрового HR, що дозволяє задовольняти потреби сучасних поколінь у доступі до соціальних мереж, навчанні за потребою а також спроможний забезпечити нові перспективи рекрутингу та онбордингу, створювати та інтегрувати сторонні дані про працівників з різноманітних соціальних та медіа платформ, активно використовує штучний інтелект і великі бази даних для управління талантами, прийняття рішень, здійснення HR-аналітики [1].

Можливості, які надає цифрова трансформація HR:

– застосування інтегрованих мобільних додатків та автоматизація HR-процесів. Дозволяє планувати час, визначати місце і час зустрічей, обмінюватися повідомленнями, оцінювати та відстежувати якість, онлайн навчатися тощо;

– цифрова інтеграція з хмарними сервісами, що полегшує обробку запитів з багатьох джерел, зменшує робоче перевантаження, підвищує безпеку зберігання файлів тощо;

– доповнена реальність, яка дозволяє максимально повно зануритися під час навчання у отримуваний досвід, що в подальшому професійному житті вплине на якість виконуваної роботи з тих тем, які демонструвались саме таким чином;

– штучний інтелект – інтегровані програмні продукти, продумані алгоритми відповідей на дії та слова користувачів дозволяють створити «образ людини», здатної ефективно взаємодіяти з кандидатами на вакансію, новими співробітниками, які проходять адаптаційне навчання, спеціалістами з пільг та компенсацій при нарахуванні зарплат та бонусів, HR-менеджерами та лінійними керівниками під час створення аналітичних звітів [2].

На сьогодні існує низка перешкод для впровадження цифровізації в Україні:

– низька цифрова компетентність та грамотність і невелика кількість кваліфікованих спеціалістів в цій галузі;

– необхідність розробки стратегічних планів, а також проведення оцінки успішності процесів трансформації.

Для подолання цих перешкод доцільно впроваджувати наступні види діяльності на підприємствах:

– оновлення навчальних програм підвищення кваліфікації персоналу;

– запровадження обов'язковості цифрових компетенцій для працівників.

Цифровізація дозволяє аналізувати всі процеси, що відбуваються на підприємстві і на основі цієї інформації проводити модернізації та оптимізувати трудові ресурси. В Україні застосування принципів дигіталізації дозволить виробникам отримати значні конкурентні переваги на світовому ринку [3].

Таким чином, завдяки цифровізації з'явилася нова група працівників, що працюють з інформацією і володіють цифровими компетентостями. Успіх підприємств зараз залежить у готовності і здатності підприємств використовувати інформацію, застосовуючи цифрові технології. Зважаючи на це, інноваційні стратегії розвитку підприємств повинні обов'язково враховувати вимоги цифрового HR-менеджменту, що передбачає застосування мобільних додатків, соціальних мереж, доповненої реальності. Відмова від використання цих можливостей призведе до втрати конкурентоспроможності і доступу до унікальних за якісними характеристиками людських ресурсів, уповільнить виконання функцій з управління персоналом, знижуватиме рівень залученості і мотивації персоналу.

Список використаних джерел

1. Нагибина Н. І., Щукина А. А. HR-digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами. Интернет-журнал «Науковедение» Т. 9. 2017. С. 17.
2. The new age: artificial intelligence for human resource opportunities and functions. Survey by EY (Ernst & Young LLP). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-new-age-artificial%20intelligence-for-human-resource-opportunities-and-functions/\\$FILE/EY-the-new-age-artificial-intelligence-for-human-resource-opportunities-and-functions.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-new-age-artificial%20intelligence-for-human-resource-opportunities-and-functions/$FILE/EY-the-new-age-artificial-intelligence-for-human-resource-opportunities-and-functions.pdf).
3. Ферчук О. Цифровізація бізнесу: як Україні встигнути за світовими трендами. 2018. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/%2012/26/643874>.

МІНД МАР ЯК ДОДАТКОВИЙ ЗАСІБ ЗАСВОЄННЯ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ТЕМ

Бутенко В. М.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Рождественська І. Є.**, к. філ. н., доц.,
доцент кафедри іноземної філології, перекладу та професійної
мовної підготовки Університету митної справи та фінансів)

На даний момент вже існує чимало засобів, за допомогою яких ми можемо транслювати інформацію. Це може бути презентація, таблиця чи малюнок. Головне, щоб матеріал був упорядкований та зрозумілий. В останній час дистанційне навчання стає все більш популярним і постає питання якісного, ефективного та доступного подання знань.

Mind map є одним із засобів візуального представлення певної теми, який дозволяє не тільки структурувати інформацію, але й краще зрозуміти та запам'ятати її. Це поняття має й інші назви, такі як: мапа думок, асоціативна мапа, ментальна мапа або ж діаграма зв'язків.

Розробив даний інструмент британський письменник Тоні Бьюзен. Він наголошує на тому, що метод ментальної карти можна застосовувати в будь-якій сфері життя людини: в навчанні, на роботі або в щоденних справах. В книзі, над якою Тоні Бьюзен працював вже зі своїм братом, наводяться переваги, які має мапа думок. Найбільш вагомим є те, що нашому мозку легше сприймати візуальні кольорові асоціативні карти, аніж просто написаний текст.

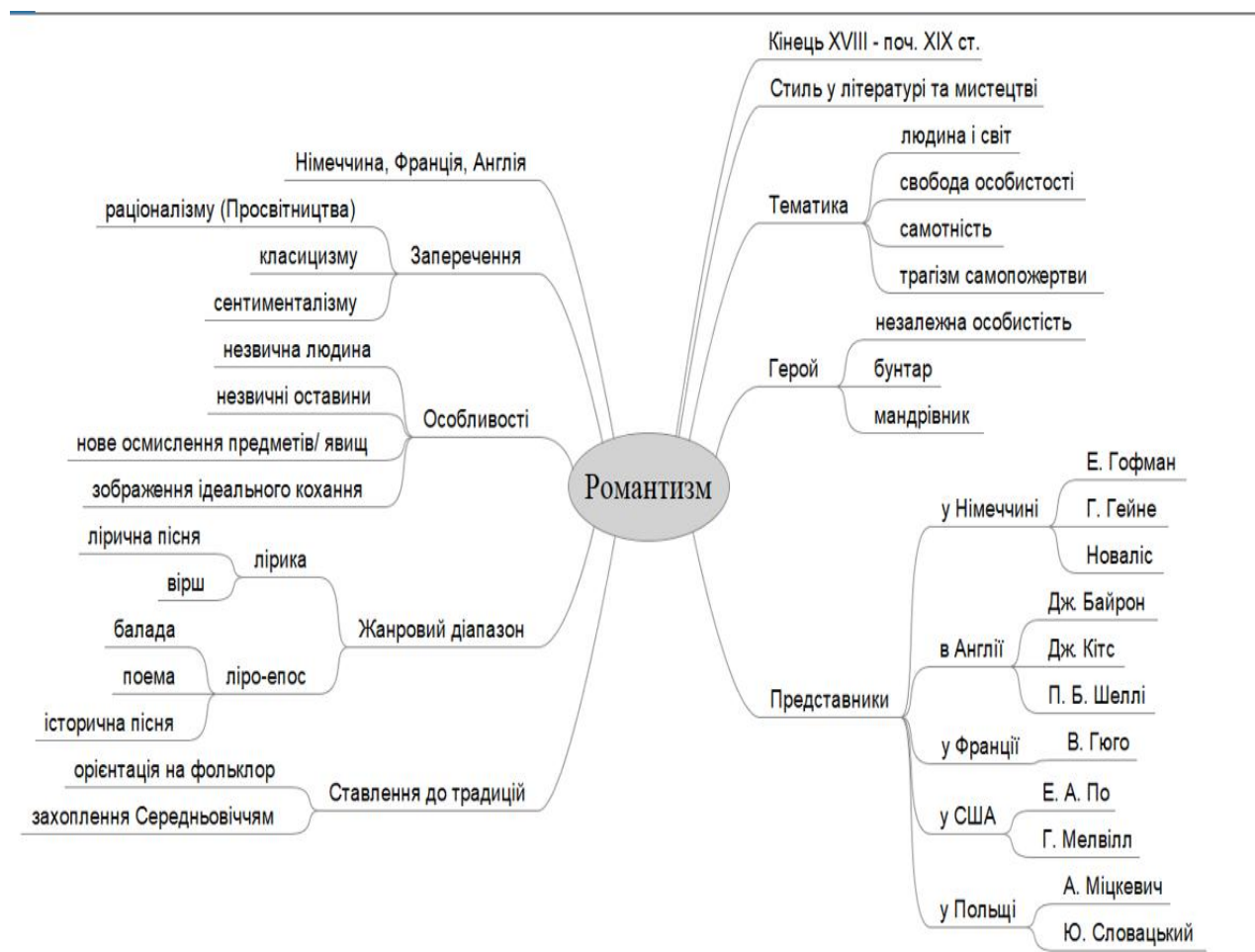
Mind map включає в себе запис теми посередині та ключові ланки, фрази, факти або ідеї, пов'язані з центром. Таким чином, інформація легше сприймається та краще засвоюється. Також мапа думок є економною, не займає багато місця й швидко створюється. Навіть якщо ви не вправні з новітніми технологіями, такий засіб легко опанувати.

Саме при вивченні теоретичних дисциплін як викладач, так і студент можуть використовувати цей інструмент при викладенні нового матеріалу, для його засвоєння, а також для узагальнення вивченого.

Що ж стосується дисципліни «Вступ до літературознавства», то мапа думок допомагає зменшити об'єм тексту, компілювати й узагальнювати інформацію з різних за складністю джерел, в тому числі її застосовують для осягнення великих тем. До того ж, абстрактні теми даються студентам-першокурсникам складніше, а з структурованим матеріалом засвоєння пройде легше.

Створення власної мапи думок як додаткового інструменту вивчення теми «Літературні напрями, течії, школи», а саме романтизму стало унаочненням моєї роботи над аналітичним оглядом матеріалу і дозволило представити колегам великий масив інформації.

За вище зазначеною інформацією можна зробити висновок, що mind map є ефективним інструментом у навчанні, а також в повсякденному житті. Цей засіб дає можливість креативно візуалізувати інформацію, чітко планувати її, швидко запам'ятовувати і засвоювати.



Мал. 1 – Mind map за темою “Романтизм”

Список використаних джерел

1. Tony Buzan, Barry Buzan. The Mind Map Book. – 2006 [Electronic resource] – URL: https://books.google.com.ua/books?id=HqEzXjVQjsYC&hl=ru&source=gbs_similarbooks
2. Tony Buzan. Mind Mapping. – 2006 [Electronic resource] – URL: https://books.google.com.ua/books?id=P0TB52MZPDwC&hl=ru&source=gbs_book_similarbooks
3. Интеллект-карты или Mind maps. – URL: http://e-asveta.adu.by/index.php/distancionni-vseobuch/obuchenie-online/sredstva-vizualizatsii-informatsii/59-mind_maps

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ У ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Ковальчук М. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Паршина О. А.**, д.ек.н., проф.,

професор кафедри міжнародних економічних відносин, регіональних студій та туризму Університету митної справи та фінансів)

Налагодження ефективної співпраці громадян та державних службовців є необхідною складовою підвищення рівня результативності органів влади. Так, процес внутрішньої комунікації націлений на формування рівня свідомості суспільства у виборчому процесі й прийнятті законотворчих рішень.

Вивчення функціонування комунікації, взаємодії складових її елементів, організації цього процесу в системі державної служби, а також виявлення можливостей використання комунікативних технологій з метою підвищення ефективності діяльності державних службовців відіграє велике значення в практичному плані.

Подібні комунікаційні процеси сприяють демократизації процесу прийняття державних рішень, підвищенню рівня довіри громадян до уряду і політики, що в умовах високого ступеня невизначеності, є важливим для збереження соціальної стабільності.

Особливість політичного життя як виду управлінської діяльності полягає у тому, що воно спирається на суспільні цінності, які в суспільстві легітимізуються за участі та підтримки держави. Однак функція держави при цьому полягає в організації діалогу з приводу пріоритетних дій [3, с. 21].

Організація діалогу між владою і громадянами є складним процесом, проте його постійне ініціювання двома сторонами стимулює поступове формування громадської думки про основні механізми, форми і методи досягнення політичного консенсусу, соціальної солідарності та інтеграції в суспільстві. Організоване формування громадської участі в розробці

управлінських суспільно значущих рішень поступово розглядається громадянськими організаціями і активістами.

Однією з форм політичних комунікацій є публічні консультації. Вони відрізняються від інших форм взаємодії громадян та уряду, оскільки їхня мета – залучити громадян до обговорення державної політики, яка може вплинути на їхнє життя. Тому важливо проводити публічні консультації тоді, коли вони будуть максимально корисними як для органів державної влади, так і для громадян. Результати таких консультацій дозволять вчасно з'ясувати можливі проблеми в імplementації рішення та віднайти ефективні практики реалізації.

Загалом, діалог у органах місцевого самоврядування забезпечує саморозвиток громадянського суспільства, пронизує сферу політики по вертикалі і по горизонталі. При цьому механізм взаємодії державної влади і громадянського суспільства має складний, багаторівневий характер. Можливість контактів і взаємодій між суб'єктами і об'єктами політики залежить від розуміння учасниками діалогу змісту сучасного політичного процесу, його інформаційної та ідеологічної складової [2, с. 33].

В процесі комунікації формується фундамент для вирішення найбільш значущих проблем суспільного розвитку. Глибина діалогу визначається багато в чому зацікавленістю політичних акторів в успішному реформуванні всіх сфер суспільного життя в умовах перехідного суспільства.

Безумовно, необхідною умовою будь-якого процесу управління є інформаційний обмін, пов'язаний зі збором, накопиченням і поширенням інформації з метою досягнення поставлених цілей. При цьому слід враховувати, що інформаційний обмін між владою і суспільством не завжди відповідає інтересам і потребам різних суспільних груп. Він може здійснюватися некоректно, коли спроба організації діалогу не веде до адекватного сприйняття сенсу вживаних владою дій [2, с. 34].

Комунікація на публічній службі сприяє зародженню, підтримці і розвитку існування соціуму і забезпечує свідоме ставлення до збереження демократичного політичного порядку. Основною характеристикою є наявність центрів прийняття рішень, різноманіття представництва і судовий контроль.

Так, були сформовані кілька майданчиків для державно-громадського діалогу – як в традиційній, так і в електронній формі. Це цивільні форуми, публічні слухання, круглі столи, публічні звіти, звернення громадян, особистий прийом керівників органів влади, виїзні зустрічі представників влади з населенням [1, с. 7].

Йдеться про різноманітні форми електронної демократії, в тому числі інтернет-звернення, електронні голосування, обговорення проектів нормативно-правових документів. Досить широкого поширення набули спеціальні портали планування і реалізації громадських ініціатив, а також он-лайн-майданчики, організовані органами влади.

Конструктивний діалог влади і суспільства є нормою суспільного життя. Система публічних комунікацій передбачає: встановлення чітких, обов'язкових для всіх учасників правил діалогу, надання процесу комунікацій регулярної та постійної складової його проведення, формування в учасників навичок комунікацій, які в перспективі мають стати стандартними компетенціями.

Таким чином, роль комунікації між громадянами та представниками влади є важливою складовою розбудови держави та демократизації суспільного життя. Можливими є різні форми, методи та процеси організації даного діалогу, проте спільними є функції та цілі комунікації, поширюваного серед спільнот.

Список використаних джерел

1. Крутова А. С. Фактори розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні. Харків, Харківський державний університет харчування та торгівлі. 2008.
2. Останкова О. С. Ринок інформаційно-комунікаційних технологій в Україні: особливості розвитку. Маркетинг в Україні. 2004. № 4. С. 31–36.
3. Пескова Н. В. Розвиток галузі інформаційно-комунікаційних технологій в Україні. Дніпро, Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара. 2009.

ВИДИ ПОРУШЕНЬ МИТНИХ ПРАВИЛ

Коленчак С. К.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ліпинський В. В.**, д.ю.н., доцент,
професор кафедри адміністративного та митного права
Університету митної справи та фінансів)

В березні 2012 р. було прийнято новий Митний кодекс України, який визначив основи державної митної справи, особливості застосування законів України та інших нормативно-правових актів з питань державної митної справи. Зокрема, саме Митним кодексом України (далі - МК України) передбачено адміністративну відповідальність за порушення митних правил. Протягом досить тривалого часу питання відповідальності за деякі види порушень митних правил регулювалися одночасно нормами митного законодавства та законодавства про адміністративну відповідальність. Проте, з прийняттям МК України це питання було остаточно вирішено і сьогодні види порушень митних правил визначені в МК України. В зв'язку з цим важливо визначити види порушення митних правил.

Класифікація митних адміністративних правопорушень, що досліджуються, важлива також для правозастосовної діяльності митних і судових органів, у якій актуальними залишаються питання адекватної кваліфі-

кації порушень митних правил та адміністративних деліктів, що посягають на нормальну діяльність митної служби, а також їх розмежування. Неврегульованість цих питань ускладнює як профілактику досліджуваних правопорушень, так і притягнення винних осіб до адміністративної відповідальності [1, с. 217].

МК України визначає наступні види порушень митних правил:

- порушення режиму зони митного контролю;
- неправомірні операції з товарами, митне оформлення яких не закінчено, або з товарами, що перебувають на тимчасовому зберіганні під митним контролем;
- недоставлення товарів, транспортних засобів комерційного призначення та документів до органу доходів і зборів призначення, видача їх без дозволу органу доходів і зборів або втрата;
- порушення порядку проходження митного контролю в зонах (коридорах) спрощеного митного контролю;
- недекларування товарів, транспортних засобів комерційного призначення;
- пересилання через митний кордон України у міжнародних поштових та експрес-відправленнях товарів, заборонених до такого пересилання;
- перешкоджання посадовій особі органу доходів і зборів в доступі до товарів, транспортних засобів, документів;
- неподання органу доходів і зборів звітності щодо товарів, які перебувають під митним контролем;
- переміщення товарів через митний кордон України з порушенням прав інтелектуальної власності;
- порушення встановленого законодавством порядку ввезення товарів на територію вільної митної зони, вивезення товарів за межі цієї території та/або встановленого законодавством порядку проведення операцій з товарами, поміщеними в режим вільної митної зони;
- порушення порядку зберігання товарів на митних складах та здійснення операцій із цими товарами;
- порушення порядку або строків розпорядження товарами, розміщеними у магазині безмитної торгівлі;
- порушення порядку здійснення операцій з переробки товарів;
- перевищення строку тимчасового ввезення або тимчасового вивезення товарів;
- переміщення або дії, спрямовані на переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України поза митним контролем;
- переміщення або дії, спрямовані на переміщення товарів через митний кордон України з приховуванням від митного контролю;
- зберігання, перевезення чи придбання товарів, транспортних засобів комерційного призначення, ввезених на митну територію України поза митним контролем або з приховуванням від митного контролю;

– дії, спрямовані на неправомірне звільнення від сплати митних платежів чи зменшення їх розміру, а також інші протиправні дії, спрямовані на ухилення від сплати митних платежів [2].

Як зазначав В.В. Ліпінський: «МК України має сприяти своєчасному, всебічному, повному й об'єктивному з'ясуванню обставин у кожній справі про порушення митних правил, не допускати притягнення до адміністративної відповідальності невинних осіб, зокрема нерезидентів, під час розпорядження тимчасово ввезеними на митну територію України транспортними засобами особистого користування, що, у свою чергу, впливає на міжнародний імідж нашої держави» [3, с. 37].

Таким чином, МК України містить значну кількість порушень митних правил. МК України визначає в статтях 468-485 перелік видів порушення митних правил. Загальним для усіх видів порушень митних правил є те, що всі вони посягають на урегульований нормами митного права суспільні відносини, що виникають в процесі здійснення митної діяльності, тобто митно-правові відносини.

Список використаних джерел

1. Науково-практичний коментар до Митного кодексу України за ред. М. Я. Азарова. у 3 т. Київ: ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. Т. 3. 454 с.
2. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 44–45, № 46–47, № 48, ст. 552.
3. Ліпінський В. В. Правові аспекти притягнення до адміністративної відповідальності за порушення митних правил нерезидентів (на прикладі розпорядження тимчасово ввезеними на митну територію України транспортними засобами особистого користування). Вісник Академії митної служби України. Сер. : Право. 2013. № 1. С. 37–41.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ FİNTECH У СУЧАСНІЙ ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Сопін Є. О.,

аспірант кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу,
Національного університету водного господарства
та природокористування

Попит на фінансові і, особливо платіжні, послуги зростає під впливом загального соціально-економічного прогресу та розвитку самої цифрової економіки. Зокрема збільшення попиту на платіжні послуги викликаний швидким зростанням кількості операцій і обсягів електронної комерції, що потребує передачі грошей. Електронна комерція охоплює не тільки роздрібну Інтернет-торгівлю (придбання фізичних товарів), але й інші комерційні операції, які можуть здійснюватися через Інтернет та включати транзакційні

відносини між постачальниками та споживачами товарів і послуг, а також різні об'єкти, якими обмінюються [1].

У секторі фінансових послуг цифровізацію широко використовують банки та страхові компанії для надання населенню якісно інших та нових послуг. Цифровий підхід дозволяє зробити фінансові послуги більш дешевими, якісними, швидкими, доступними у просторовому плані (поза географічних кордонів і відстаней), індивідуалізованими на вимоги споживачів, розширюючими самостійність і диспозитивність фінансових ресурсів, контрольованими, при необхідності прозорими, а також з полегшеною і відкритою комунікацією. У контексті цього можна говорити про закономірність посилення цифрової сервісизації економічних процесів з точки зору фінансів. Це зумовило необхідність підвищення рівня забезпечення фінансових операцій на основі ІКТ, що створило напрям, як FinTech. Відмова від застарілих моделей здійснення фінансових операцій на користь нових ІКТ заснована на розумінні тих широких можливостей і переваг, які вони дають. Цифровізація фінансових послуг означає перехід від традиційних форм їх надання до нових організаційно-технологічних моделей їх надання, які засновані на використанні ІКТ, створення спеціальних інформаційних систем (веб-платформ, сервісів, додатків). На рівні компаній це супроводжується пошуком нових бізнес-моделей і створенням відповідних бізнес-процесів. Це породжує цифрові трансформації сектору фінансових послуг та фінансових системи в цілому і формує так званий Fintech.

Fintech у цілому означає інтеграцію і використання ІКТ для забезпечення пропозиції фінансових послуг, що надаються різними суб'єктами, з метою покращення їх використання та доставки споживачам. Сучасні уявлення про Fintech концентрують увагу на наступному: по-перше, FinTech утворюється насамперед сукупністю цифрових фінансових технологій, які на новому рівні забезпечують різні фінансові послуги, продукти, процедури; по-друге, FinTech – як набір послуг (Fintech-as-a-Service) на основі спеціальної архітектури Function as a service (FaaS); якщо фінансові послуги здійснюються за рахунок ІКТ та цифрових рішень, то доцільно використовувати дефініцію FinTech-послуга; по-третє, FinTech утворюється відповідними компаніями (зокрема фінансовими установами, які використовують ІКТ і створюють інформаційні системи) і стартапи; по-четверте, FinTech – це по суті міжгалузєва індустрія, яка охоплює і займається забезпеченням фінансових операцій на різних ринках [1; 2].

У FinTech задіяні і надають фінансові послуги три основні типи суб'єктів (провайдерів): 1) традиційні фінансові інститути (банки, платіжні системи, страхові компанії); 2) FinTech-стартапи, які намагаються надавати фінансові послуги у новий спосіб на основі ІКТ; 3) великі технологічні компанії (BigTech-компанії), які починають надавати фінансові послуги. Прикладами останніх є: пошуковики (Google), онлайн-платформи (Amazon, Alibaba / Ant Financial у Китаї), соціальні мережі, медіа і месенджери (Facebook, Tencent), виробників техніки (Apple, Samsung). Потен-

ційно надавачами фінансових послуг можуть бути оператори мобільного зв'язку. Технологічна база FinTech по суті є набором цифрових фінансових технологій, які застосовуються для вирішення різних завдань щодо забезпечення фінансових послуг. Потрібно сказати, що сам FinTech виникає на основі конкретних нових ІКТ. Їх функціональні застосування (наприклад, платіжні системи, безконтактні платіж, цифрова валюта тощо) стають самостійними технологіями. У FinTech з'являються відповідні технологічні тренди, які визначають спрямованість стартапів [1; 2].

Основні сфери застосування цифрових фінансових технологій та відповідно напрямками розвитку FinTech є: платіжні системи; фінансові маркетплейси (платформи); дистанційне банківське обслуговування; додатки для веб-банкінгу; платформи і додатки для кредитування; платформи і додатки для інвестицій; цифрова (електронна) валюта; криптовалюти; сервіси онлайн страхування (Insurtech); сервіси особистих фінансів; регуляторні технології (RegTech). Окремим напрямками є застосування штучного інтелекту у FinTech.

Сучасними особливостями FinTech є: 1) структурні зміни сектору фінансових послуг та фінансової системи в цілому із зміною параметрів і зменшенням відносної частки традиційних фінансових інститутів (посередників) у будові цієї індустрії; розвиток нових видів надавачів фінансових послуг, збільшення кількості та параметрів діяльності FinTech-стартапів; 2) дезагрегація фінансових ресурсів і децентралізація забезпечення процесів; 3) диверсифікація напрямів діяльності нових суб'єктів сектору фінансових послуг, зокрема розширення спектру послуг та функціоналу відповідних додатків, доповнюючи фінансові послуги пов'язаними послугами; 4) функціональні зміни, зокрема зміна підходів до надання послуг, організаційних моделей, функцій фінансових інститутів; 5) комерційні зміни, а саме поява нових бізнес-моделей; 6) висока інтенсивність появи інновацій, зокрема підривних, що зумовлює високу глибину і швидкість зміни; 7) формування і розвиток цифрових екосистем, що забезпечують повноцінне, комплексне надання фінансових послуг у межах FinTech; екосистемний підхід також передбачає надання широкого спектру послуг, включаючи ті, що пов'язані і доповнюють фінансові (консалтингові, експертні тощо); 8) поява нового законодавчого регулювання на національному і міжнародному рівнях, підтримка відповідної юридичної інфраструктури; швидкий розвиток регуляторного середовища, його міжнародна уніфікація; 9) тісний зв'язок національних і міжнародних цифрових трансформації сектору фінансових послуг; розвиток міжнародних платіжних систем; 10) поява і розвиток галузевих стандартів з переважанням міжнародних; 11) імплементація штучного інтелекту, блокчейну, розширення використання мобільних технологій та ін.; 12) зваляються окремі напрями щодо забезпечення FinTech (мінімізація ризиків, боротьба з шахрайством тощо); 13) зростаючий рівень персоналізації обслуговування клієнтів; 14) досить

жорстке регулювання на національному і міжнародному рівнях; 15) перетворення фізичних осіб на постачальників капіталу і фінансових послуг.

Проблема забезпечення ефективності надання фінансових послуг в умовах цифрової економіки, здійснення відповідних цифрових операцій має значення не тільки для FinTech-компаній, а і для споживачів (населення і бізнесу) і держави. При цьому ефективність FinTech-операцій передбачає не тільки економічні параметри, а і виконання критеріїв безпеки. Для суб'єктів, що надають фінансові послуг (FinTech-компаній) проблема ефективності є безпосередньою і включає багато технологічних, організаційних, інтелектуальних, соціальних, управлінських складових. У зовнішньому плані, окрім параметрів попиту, визначальна значення має складність інституціональних умов та регуляторних вимог. Тому ключовим напрямом забезпечення ефективності для FinTech-компаній є адаптація до зовнішніх умов, управління ризиками, що у цій сфері має всеохоплююче значення [3].

Список використаних джерел

1. Feyen E., Frost J., Gambacorta L., Natarajan H., Saal M. Fintech and the digital transformation of financial services: implications for market structure and public policy. BIS Papers, No 117. 2021. 54 p.
2. Digital Financial Services. The World Bank Group, 2020. 54 p.
3. Understanding the Risks of Fintech. URL: <https://legal.thomsonreuters.com/en/insights/articles/understanding-the-risks-of-fintech>.

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАТЬ У ПРОФЕСІЇ МАРКЕТОЛОГА

Волошина А. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Семенова Л. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів)

Необхідність дослідження ринку виникає з розвитком серійного виробництва, коли все більше підприємств починає працювати не на замовлення, а на вільний продаж, на невідомого споживача. Однак цілеспрямована діяльність по дослідженню ринку стала відносно регулярною лише на початку ХХ ст.

Своїм походженням він зобов'язаний економічній науці і розвивався як форма прикладної економіки. Маркетинг тісно пов'язаний з базовими категоріями економіки, такими як обмін, максимізація прибутку, корисність, раціональність.[1]

Теорія маркетингу є закономірним результатом розвитку економічної думки на основі чотирьох джерел: меркантилізму, класичної та неокласичної політичної економії, маржиналізму, інституціоналізму. Маркетинг є системою, що поєднує економічні закони і закони соціуму,

його розвиток вимагає поєднання багатьох наукових дисциплін. Маркетингова діяльність створює ефективну систему ринкової взаємодії продавців і покупців, тобто збутові проблеми вирішуються шляхом впровадження концепції, методології та технології маркетингу [2].

Процеси інтеграції до світової спільноти, зокрема в галузі економіки, приводять до змін у кваліфікаційних вимогах, що висуваються до сучасного економіста, маркетолога. За цих умов особливого значення набувають такі якості випускника вищого закладу освіти, як високий професіоналізм, креативність, здатність до самоосвіти, до професійного спілкування та кваліфікованої професійної діяльності [3, 67].

Маркетолог – це художник від економіки, тому, щоб задовольнити індивідуальний попит у всьому його кількісно-якісному різноманітті, необхідно бути талановитим, професійно освіченим спеціалістом, який фахово підготовлений до системного виконання функцій аналізу маркетингового середовища, розробки товарної та цінової політики, політики маркетингових комунікацій і збуту. Він має бути готовим до вирішення дуже складних проблем, оскільки в сучасній економіці виробити легше, ніж продати. Фактично маркетинг став методологічним лідером у вивченні й практичній оптимізації систем споживання. Це обумовлено історичним процесом розвитку основних потреб суспільства. Проблема продажів – це проблема номер один сучасного підприємництва [2].

Враховуючи те, що постійні зміни, які відбуваються у ринковому середовищі, призводять до появи все нових вимог як до фахівців з маркетингу, так і до тих, хто займається їх підготовкою, певні питання відносно того « Як учити?», «Кого учити?» і « Длякого учити?» ще залишаються невирішеними. Також необхідно проаналізувати та систематизувати існуючі уявлення роботодавців щодо видів діяльності, посад, кола обов'язків та вимог до маркетолога на підприємстві [4, 100].

Визначення професійно важливих якостей фахівця будь-якої професії безпосередньо пов'язано зі змістом самої професії, що відображено в професіограмі.

Так, О. Романоа розглядає зміст поняття «професіограма» як загальну характеристику професії та вимог до спеціаліста, що дає підстави виділити види професійної діяльності фахівця економічного профілю: взаємодія з іншими людьми в організаціях з метою досягнення професійної мети та економічного успіху; виконання організаційних обов'язків, підпорядкованість вищим за раптом організаціям; дослідження попиту й пропозицій на ринку; планування організаційної діяльності та пошук й використання необхідних засобів та ресурсів для кращого досягнення основної мети організації; спілкування, що виявляється в процесі встановлення та розвитку взаємодії між персоналом або іншими організаціями; розробка бізнес-плану й контроль за його реалізацією; проведення ділових переговорів, бесід з клієнтами, презентацій [3, 70].

Отже, враховуючи важливість якостей маркетолога в професійній діяльності, економічні знання формують професійні компетенції, допомагають маркетологу бути готовим до вирішення складних задач, таких як системний аналіз маркетингового середовища, проводити дослідження ринкової кон'юнктури, розробляти товарну та цінову політику.

Список використаних джерел

1. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання / Р. І. Олексенко, І. О. Краскова, М. М. Поліщук/ Електронний журнал «Ефективна економіка» № 11, – 2011 р. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=777>
2. Щоб бути ефективним, маркетинг повинен змінитися. Інтерв'ю Окландера М. А. Спеціально для журналу «Економіст» підготував Вадим Бардась. URL: <http://ua-ekonomist.com/6661-schob-buti-efektivnim-marketing-provinen-zmnitisyu.html>
3. Гоголь І.О. Професійно важливі якості маркетолога як складова культури професійного спілкування. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. Випуск 58–59 (111–112), - 2018 р. С. 67–74. URL: <http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2018/58-59/11.pdf>
4. Наумова О. Е. Сучасний маркетолог: вимоги ринку праці. – 2009 р. С. 99–108. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197263345.pdf>

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МОДЕЛІ МИТНИЦІ НА ТЕРИТОРІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Вакерина К. С.,

Кийда Л. І., к.н. з держ. упр., доц.,
доцент кафедри Публічного управління
та митного адміністрування,
Університет митної справи та фінансів

В сучасних умовах впровадження досвіду Європейського Союзу щодо міжнародно-правового регулювання спрощення та гармонізації митних процедур у сфері міжнародної торгівлі дуже важливо для України, насамперед для ефективного узгодження її митного законодавства з європейськими стандартами, що сьогодні є однією з нагальних проблем, вирішення якої дасть можливість створити якісну правову базу для майбутнього членства України в ЄС.

Вагомим кроком до покращення функціональної здатності Української митниці стало ухвалення урядом рішення про обов'язкове використання принципу «єдиного вікна», для того аби максимально спростити роботу бізнесу в Україні щодо проходження бюрократичних процедур, пов'язаних із проходженням митного контролю.

«Єдине вікно» – це інтелектуальна система, що дозволяє всім учасникам торгового і транспортного процесу представляти стандартизовану інформацію і документацію і має один загальний пункт, де можна виконати одночасно всі процедури, пов'язані з імпортом, експортом і транзитом товарів.

Середовище єдиного вікна ЄС для митниці є перспективним цифровим рішенням для більш швидкого та ефективного обміну електронними даними між різними державними органами, які беруть участь у митному очищенні товарів на кордоні. Після повного розгортання «Єдине вікно» дозволить виконувати прикордонні формальності на єдиному порталі в даній державі-члені. Після цього митні та інші органи зможуть автоматично перевіряти відповідність товарів вимогам ЄС та виконання необхідних формальностей.

Мета реалізації концепції «єдиного вікна» полягає в прискоренні і спрощення обміну інформацією між учасниками зовнішньоекономічної діяльності і державними контролюючими органами, що дає відчутний вигаш всім учасникам транскордонного переміщення товарів і вантажів [1, с. 62].

Принцип «єдиного вікна» започаткували в Україні з 1 серпня 2016 р. на добровільних засадах. У 2018 році набув чинності Закон «Про внесення змін до Митного кодексу України та деяких інших законів України щодо запровадження механізму «єдиного вікна» та оптимізації здійснення контрольних процедур при переміщенні товарів через митний кордон України».

Дана концепція передбачає, що:

– документи і відомості в стандартизованій формі, необхідні при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, повинні надаватися тільки в одне місце для здійснення всіх імпортних, експортних і транзитних формальностей (як митних, так і будь-яких інших, пов'язаних з контролем компетентними органами). При цьому, оскільки вся інформація надається в електронному вигляді, то одні і ті ж відомості повинні подавати одноразово;

– всі подані документи і відомості повинні бути в повному обсязі доступні митним і всім іншим компетентним органам, що здійснюють контроль щодо зовнішньоекономічної діяльності [2, с. 144].

За своєю суттю технологія «єдиного вікна» має ряд переваг як для торгових компаній, так і для держави. Для торгових компаній це виражається в скороченні фінансових, тимчасових витрат і, більш ефективному використанні наявних ресурсів, а для держави – у високому ступені дотримання законів і можливості застосування системи управління ризиками, а також сприянню більш ефективного використання наявних ресурсів [4, с. 226].

Проте, є ряд недоліків, які перешкоджають ефективному використанню «єдиного вікна», основним з них – фактичне зростання часу на проходження контролю. «Єдине вікно» не гарантує скорочення термінів отримання

мання дозвільної документації, ніж це є при паперовій подачі документів безпосередньо відповідному інспектору.

Виходячи з положень абзацу першого статті 19 Постанови Кабінету Міністрів України № 364 від 25 травня 2016 р., уповноважена посадова особа протягом 4-х робочих годин з моменту отримання через WEB інтерфейсу електронного повідомлення і сканованих документів приймає рішення про завершення контролю, відмову, огляд тощо. Дослідники вважають, що термін в 4 години задовгий, тому що, подаючи заявку фізично, на отримання дозволів за старою схемою поза «єдиним вікном», підприємство має можливість отримати їх протягом 2–3 годин, включно з оглядом товару.

Також треба взяти до уваги, той момент, що причиною незацікавленості в «єдиному вікні» є довгий термін проведення огляду товарів, оскільки згідно постанови, огляд товарів не може бути призначений пізніше, ніж протягом 24 робочих годин від часу, запропонованого підприємством, тому не виключено, що огляд може бути на 3 робочий день, а по старій схемі поза «єдиним вікном», підприємство мало можливість отримати їх протягом 2–3 годин [5, с. 386].

Облік цих факторів на початковому етапі розробки національної концепції «єдиного вікна» в Україні може в значній мірі вплинути на терміни та ефективність розвитку механізму «єдиного вікна» в системі регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а також забезпечити реалізацію стратегічного напрямку оптимізації та підвищення прозорості взаємодії між державою і бізнесом при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності.

Ефективне використання «єдиного вікна» потребує також впровадження диджиталізованих технологій, а саме використання та підтримку веб-порталу з заходами офіційного контролю митного оформлення товарів.

З початку 2020 р. його було проведено у 100 % випадках імпортного оформлення товарів. Сервіс забезпечує моніторинговий контроль за дотриманням чинного законодавства, надає можливість оперативного обміну між митницею, підприємствами та державними органами, протидіє корупції (зведення до мінімуму оформлення процедур offline), спрощує ведення ЗЕД тощо. Діджиталізація «Єдиного вікна» призвела до підвищення рівня міжнародної торгівлі України, принесла економічну вигоду в контексті економії часу та фінансів, сприяла підвищенню інвестиційної привабливості країни. Веб-портал продовжує модернізуватися під керівництвом Міністерства Фінансів та Держмитслужби України. Однією з цілей є вдосконалення використання та обміну електронних документів між митницею, контролюючими органами та декларантами [3, с. 219].

Отже, впровадження в практику зовнішньоекономічної діяльності концепції «єдиного вікна» митниці розпочало свою роботу 4 роки тому, що суттєво спростило ведення зовнішньоекономічної діяльності. На сьогодні 100 % імпортних операцій проводять за допомогою цього веб-сервісу. Механізм функціонування «єдиного митного вікна» доводить на практиці

свою ефективність та має потенціал до успішного застосування в українській митній практиці.

Список використаних джерел

1. Борисенко А. С. Сучасна інформаційна форма митного контролю в концепції «Єдиного вікна» і підвищення митної безпеки держави. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2017. № 5 (58), Том 22. С. 61–65.

2. Брачук А.О. Організація та правова регламентація «єдиного вікна» для зовнішньої торгівлі в зарубіжних країнах. Митне право. 2018. № 2 (10). С. 142–147.

3. Івашова Л. М. Діджиталізація митних процедур: сучасний стан та перспективи розвитку митної справи / Л. М. Івашова, Л. І. Кийда // Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 3 (22). С. 218–230.

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Глуханюк Т. В.,

студентка Львівського національного університету
імені Івана Франка

(науковий керівник – **Капленко Г. В.**, д.е.н., доц.,

доцент кафедри економіки та менеджменту

Львівського національного університету

імені Івана Франка)

В умовах цифрової трансформації суспільства і економіки питання модифікації технології стимулювання персоналу та управління людськими ресурсами виходить на ключові позиції. Пандемія COVID-19 значно вплинула на пришвидшення цифровізації бізнесу та управління людськими ресурсами. Цифрова трансформація також часто розглядається як впровадження цифрових технологій в усі сфери з метою побудови більш стійких відносин і кращого розуміння потреб організації. А розвиток кадрового потенціалу та забезпечення професійного та різностороннього внеску персоналу задля досягнення спільних цілей організації нині займає основну роль в HR-менеджменті [4]. Засади та принципи командування також зазнають суттєвих змін, а саме їх склад почав швидкими темпами змінюватись, працівники перейшли на віддалений режим роботи, віртуально можуть працювати в кількох групах, не залежно від локального місця проживання.

Для підвищення ефективності, дієвості та взаємозв'язку людських ресурсів застосовують соціальні мережі, інтегровані мобільні додатки, аналітичні технології, цифрову інтеграцію з хмарними сервісами, доповнену реальність і штучний інтелект, а цифровий менеджмент персоналу – це не тільки оцифрування, але й оптимізація HR-процесів [3]. Застосування тех-

нологій доповненої реальності розширює можливості залучення талантів, навчання та розвитку, зменшує гендерний розрив у працевлаштуванні. Віртуалізація внутрішнього простору дозволяє новим кандидатам миттєво скласти уявлення про особливості організації та виконання робочих завдань в середині компанії, зрозуміти, чи розділяють вони бачення, цінності та корпоративну культуру, полегшити процеси онбордингу та адаптації, одночасно з тим надаючи рекрутерам інформацію щодо їх поведінки, особистісних характеристик та особливостей [1]. Залишатися на зв'язку на роботі є найбільшим викликом у 2021 році – в такому випадку, менеджер з персоналу може використовувати аналітику та великі дані для вивчення того, як налагоджуються організаційні зв'язки у віддаленому робочому середовищі; а поширення досвіду працівників на робочих місцях вимагає аналізу даних для оптимізації, щоб оптимізувати набір використовуваних HR-технологій та здійснити реінжиніринг менеджменту персоналу.

Можна виділити декілька найбільш ймовірних тенденцій, які будуть властиві змінам у HR найближчим часом [2]:

1. Внутрішня система HR буде зменшуватися, а аутсорсинг - збільшуватися.
2. Стратегічне мислення стане основною внутрішньою компетенцією HR.
3. Маятник спрямований на фахівця (зникне генеральне управління).
4. HR все більше використовуватиме аналітику та великі дані, щоб збільшити свою цінність для компанії.
5. Дистанційне управління віддаленою робочою силою стане новою нормою.
6. За наявності масової цифрової грамотності формується й реалізується концепція «цифрових робочих місць».
7. HR буде більше схожий на маркетинг.
8. Перехід до формування гнучких команд працівників.
9. Співробітники майбутнього.
10. Зміщення фокусу управління з автоматизації на продуктивність.

Підсумовуючи все вище перераховане, розвиток цифрових технологій, як показує практика використання в Україні та світі вимагає підвищеної уваги до формування цифрової компетентності менеджерів з персоналу. Цифрові технології починають охоплювати всі функціональні складові діяльності, а не лише процес організації роботи.

Список використаних джерел

1. Бей Г. В., Серета Г. В. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів. Економіка і організація управління. 2019. № 34. С. 93–101.

2. Інноваційні засади управління людськими ресурсами: можливості, виклики, пріоритети досягнення соціально-економічної безпеки : колекти-

вна монографія / Г. Ю. Міщук, О. І. Дяконенко, О. І. Іляш [та ін.] ; за наук. ред. д.е.н., проф. Г. Ю. Міщук. – Рівне : НУВГП, 2020. – 408 с.

3. Кравчук, О., Варіс, І., Заривних, К. (2021). Цифрові технології менеджменту персоналу: тенденції та виклики в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство, (26). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73>

4. Шевченко Л.С. HR 4.0: революція в сфері людських ресурсів. Економічна теорія та право. 2020. № 4 (43) С. 26–45. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/26-45.pdf>

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-РІТЕЙЛІ

Іценко Т. Є.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Дронова Т. С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Університету митної справи та фінансів

Використання маркетингових інновацій в діяльності Інтернет-рітейлів набуває все більшої актуальності. Впровадження і застосування нових методів, маркетингових інструментів і технологій у продажі реальної продукції з інтернет-сервісів пов'язані із маркетинговими інноваціями, які забезпечують інтернет-рітейлу конкурентоспроможність, індивідуальність та ексклюзивність.

Amazon.com – один із перших інтернет-сервісів, орієнтованих на продаж реальних товарів масового попиту, найбільша у світі за обігом компанія, що продає товари та послуги через Інтернет. Amazon був заснований Джефом Безосом 5 липня 1994 року в місті Белв'ю, штат Вашингтон. У 2019 компанія стала найдорожчою, обійшовши за капіталізацією Microsoft. Спочатку компанія позиціонувала себе як інтернет-ринок для книг, але пізніше розширилася на продаж електроніки, програмного забезпечення, відеоігор, меблів, одягу, продуктів харчування та ювелірних виробів [2].

Компанія Amazon показала рекордне зростання продажів на 26 % в першому кварталі, і це найкращий результат за останні три роки. У 2020 р. чисті продажі компанії склали \$ 75.5 млрд у порівнянні з \$ 59.7 млрд роком раніше. При цьому зазначається, що чистий прибуток знизився з \$ 3.6 млрд до \$ 2.5 млрд. Компанія прийняла на роботу в березні-квітні 175 тисяч осіб, повідомила про збільшення погодинної оплати праці своїх співробітників і придбала 100 млн захисних масок для забезпечення їх безпеки. Amazon очікує, що її дохід в поточному кварталі складе від \$ 75 до \$ 81 млрд, що забезпечить зростання в 18–28 % в річному вираженні.

Орієнтовна прибуток в поточному кварталі може скласти \$ 4 млрд (рис. 1) [1].

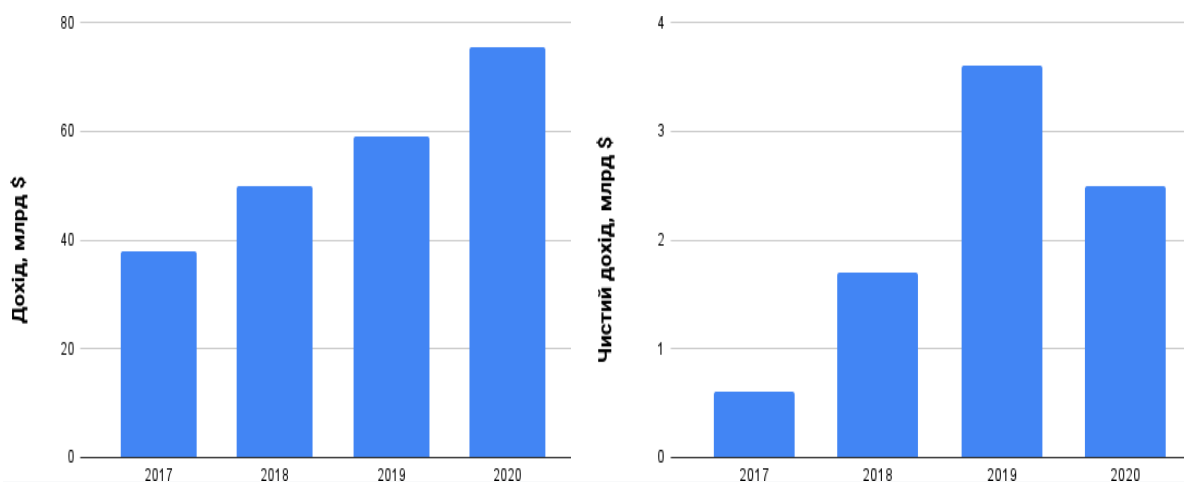


Рис. 1. Дохід і чистий прибуток Amazon

Інтернет-рітейл Amazon новатор у використанні різних маркетингових технічних інновацій: роботів-сортувальників, дрони-безпілотики, товари, оцінені чотирма зірками та вище (Amazon 4-Star). Крім того, Amazon рухають вперед такі напрями:

1. Програма Amazon Prime – пропонує учасникам за 99 \$/рік безкоштовну доставку їжі з ресторану менш, ніж за годину; отримати безкоштовну електронну книгу; безкоштовні трансляції на Twitch без реклами. Завдяки налагодженому зворотному зв'язку із своїми клієнтами Інтернет-рітейл отримує відгуки про їх вподобання та ймовірність того, що клієнт здійснить повторну покупку на сайті.

2. Відкриття автоматизованого супермаркету Amazon Go з безконтактними покупками. Рітейл використовує новітні технічні маркетингові технології такі як камери, датчики, унікальний QR-код та мобільний додаток. Покупець завантажує додаток, отримує QR-код, який прикладає до турнікету, бере потрібні товари й виходить із магазину. Камери та датчики фіксують товари у корзині покупця.

3. Центр виконання замовлень – тісна співпраця роботів з людьми. У центрі займаються пакуванням, сортуванням та доставкою товарів. Роботи відвантажують товар, сортують його за вагою, відправляють на величезний склад і доставляють користувачам.

4. Вантажівки з 3D принтером на борту – прискорення доставки покупок. З метою економії часу та зменшення транспортних витрат на доставку вже готового товару від складу до одержувача, на борту вантажівки «друкуватиметься» товар по дорозі до покупця.

Інтернет-рітейл Amazon є унікальною компанією, що вчинила справжню революцію в електронній комерції. Стратегія Безоса, спрямована на постійний інноваційний розвиток, дозволяє Amazon експериментувати в суміжних сферах, а потім вбудовувати їх у франшизи. Головною перевагою Amazon є вміння підлаштовувати компанію до ведення придатного до

масштабування бізнесу в суміжних галузях. Сайт, який раніше торгував лише книгами, тепер дозволяє будь-кому створити віртуальну вітрину та продавати що завгодно.

Сміливі та інноваційні рішення, які пробує втілювати в життя Amazon, не завжди приживаються в масовому використанні. Іноді технології та ідеї виявляються занадто дорогими і їх складно втілити в повсякденне життя. Утім, для компанії важливо підтримувати імідж першопрохідців і визначати тренди та напрями розвитку індустрії на майбутнє.

Така компанія є прикладом креативності та створення дійсно нових і цікавих рішень. Шлях її розвитку може надихати молодих стартаперів на створення нових проектів та бізнес-ідей.

Список використаних джерел

1. Amazon продемонструвала рекордний рост продаж за квартал
URL: <https://mobile-review.com/news/amazon-prodemonstirovala-rekordnyj-rost-prodazh-za-kvartal>

2. Amazon.com URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ СУСПІЛЬСТВА

Івашина А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Озерян К. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Туболец І. І.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Наразі поняття «соціальне підприємництво» є новим для українського суспільства, хоча в європейських країнах воно досить розповсюджене та застосовуване. Розвиток соціального підприємництва виникло за потреби вирішення великого числа суспільних потреб.

Самі соціальні підприємці – це новатори, які використовують різні ресурси та різні інноваційні ідеї, для вирішення суспільних проблем. Діяльність цих осіб призводить до змін в таких сферах, як освіта, захист прав людини, вирішення проблем бідності та безробіття, охорона довкілля і т.д.

Як щодо визначення даного поняття, то більш точно належить Хелен Хох та Пол Трейсі: «Соціальне підприємство - засноване на самоокупній основі господарської діяльності із виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та механізми її економічної реалізації. Кін-

цева мета якої – не лише отримання прибутку, а й виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми» [1].

Розподілу за видами діяльності соціальних підприємств немає – одне підприємство може займатися декількома видами діяльності одночасно (рис. 1).



Рис. 1. Основні види діяльності соціальних підприємств [2].

На рис. 1. бачимо, що соціальне підприємство займається працевлаштуванням соціально незахищених верств населення, генерування фінансів для соціальної діяльності, для реінвестування у власну діяльність. Крім того, у своїй діяльності вони приділяють велику увагу залученню молоді, вирішенню гендерних питань тощо.

Соціальні підприємці забезпечують суспільство новими моделями соціальної діяльності для формування інноваційної соціально-орієнтованої економіки, що в подальшому дозволить вирішити або пом'якшити суспільні потреби, підвищити соціальну стабільність суспільства та рівень життя населення.

В Україні соціальне підприємництво широко підтримується різними міжнародними організаціями та фондами. Починаючи з 2011 року в рамках проекту «Розвиток соціального підприємництва», що реалізувався Фондом «Східна Європа», Британською радою, Міжнародним фондом «Відродження», «Price WaterhouseCoopers в Україні», Ерсте Банком та Українським фондом підтримки підприємництва в країні було відкрито три центри (у Львові, Донецьку та Криму), де надавалася інформаційно-методична підтримка для тих, хто проявив інтерес до теми соціального підприємництва [3]. На даному етапі схожі організації існують у м. Житомирі, Ужгороді та у Львові.

Отже, соціальне підприємництво – перспективна і корисна для суспільства галузь, яка вже робить вагомий внесок в економіку України. Проте на даний момент вона ще не настільки розвинута, тож надзвичайно важливою буде допомога з боку держави стосовно створення сприятливої державної політики, надання програм підтримки розвитку таких підприємств. Також позитивними факторами буде і співпраця соціальних підприємств з представниками місцевої влади та державні замовлення їхніх товарів та послуг, підтримка з боку влади у наданні пільгових умов для оренди приміщення чи вирішення інших питань. Допомогти розвитку соціального підприємництва може і вкладення матеріальних коштів з боку благодійників, і купівля їхньої продукції чи користування їхніми послугами населенням. Все це призведе до подальшого розвитку економіки України.

Список використаних джерел:

1. Ігнатович Н. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. 2014. С. 25.
2. Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf
3. Білик О. І., Корецька Т. М. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні: Ефективна економіка. Дніпро, 2019, с. 7.

СУТНІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Лисенко В. М.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапєєва О. М., д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки та соціально трудових відносин)
Університету митної справи та фінансів

Планування діяльності вітчизняних підприємств набуває все більшого значення у зв'язку зі швидкими змінами в середовищі його функціонування, яке з часом стає все більш динамічним, невизначеним та агресивним по відношенню до підприємства. Можливим інструментом протидії впливу середовища є бізнес-планування як процес постійного і систематичного упорядкування функціонування підприємства, шляхом розробки стратегій, тактичних та оперативних дій для їх реалізації. Бізнес-план повинен (рис. 1.1) визначати цілі підприємства та пояснювати, як і коли вони будуть досягнуті, які ресурси для цього будуть потрібні та чим підтверджуються зроблені припущення [1, с. 24].



Рис. 1.1. Завдання бізнес планування [2].

Бізнес-план – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започаткованого комерційного проекту. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї. Бізнес-планування включає в себе три етапи: підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану виконання робіт, збір вихідної інформації; розробка бізнес-плану; презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі . Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності.

Бізнес-план дає змогу розв'язати цілий ряд завдань, основними серед яких є:

1) обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства;

2) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку;

3) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;

4) підбір працівників, спроможних реалізувати даний план

Призначення бізнес-плану полягають у наступному [3, с. 5–7, 14]:

– бізнес-план дає можливість оцінити існуючу економічну ситуацію і власні інноваційні можливості, визначити перспективи ведення та розвитку бізнесу, встановити всі необхідні дії із досягнення вставлених цілей;

– вивчення перспектив розвитку майбутнього ринку збуту дозволяє виробляти тільки ту продукцію, яка буде користуватися попитом;

– оцінка витрат, необхідних для випуску і реалізації продукції, виробленої з використанням інновацій, а також їх співставлення з цінами продажу дозволяє виявити потенційну прибутковість бізнес-ідеї;

– бізнес-план дозволяє залучити інвестиції або отримати кредит для реалізації інноваційного проекту (якщо не вистачає власних коштів);

– бізнес-план дозволяє визначити критерії та показники, за якими проводиться контроль за процесом реалізації проекту, тобто бізнес-план можна використовувати як інструмент контролю й управління внутрішньою діяльністю підприємства.

Бізнес-план дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності в процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрямки розвитку бізнесу. Можна виділити три типи бізнес-планів, які використовуються у формальному процесі планування як функції та базової технології управління бізнесом: корпоративні (управлінські) бізнес-плани застосовуються для управління поточною діяльністю та розвитком підприємства; бізнес-плани проектів спрямовані на планування та управління проектами, що реалізуються в рамках даного підприємства застосовуються для управління змінами на підприємстві; цільові бізнес-плани спрямовані на прийняття окремих великих рішень, пов'язаних з управлінням бізнесом застосовуються для управління разовими завданнями в діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Барроу П. Бизнес-план, который работает / Пол Барроу; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 288 с.

2. Алексеев М. М. Планирование деятельности фирмы: навч.метод. посібник / М. М. Алексеева. – К. : Фінанси і статистика, 2011. – 248 с

3. Chernjak, V. Z. (2005), *Biznesplanirovanie* [Business planning], KNORUS, Moscow, Russian Federation.

КАНОOT AND MEMRISE AS ELEMENTS OF A FLIPPED CLASSROOM

Ісаханян С. Р.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Рождественська І. Є.,**

доцент кафедри іноземної філології,

професійної мовної підготовки та перекладу,

Університету митної справи та фінансів)

The pandemic of COVID-19 is exchanging the reorganization and improvement of the training system, the creation of new conditions for online learning. For a certain period, schools, gymnasiums, lyceums and institutions of higher education in Ukraine switched to online education. One method of learning online that uses a flipped classroom.

Flipped classroom – the principle of learning, according to which the main assimilation of new material by pupils or students takes place at home, and classroom time is allocated for tasks, exercises, laboratory and practical research, individual teacher consultations and more. This principle was proposed by Jonat Bergaman and Aaron Sams in 2007 to students at the Woodland School in Colorado. Teachers created short educational videos with lecture materials, photos and abstracts that students had to watch at home. Lessons were devoted to laboratory and practical work, as well as answers to questions from students.

After analyzing a number of scientific and pedagogical works and other sources [1–3] came to the conclusion that this principle of learning, has advantages, they include:

- knowledge can be acquired when it is convenient, and not only if you appear in class or lecture. It can be a lecture synopsis, audio lecture, video or photo uploaded to a smartphone, laptop or tablet, also using the Internet resources, such as online platforms.

- assimilation of material takes place at the right pace, you can read lecture materials, watch videos or listen to audio as many times as everyone thinks necessary, there is an opportunity to pause for a synopsis or more effective perception of new information.

- in lessons or lectures time is not spent on the presentation of new material, which creates more opportunities for the application of knowledge and improvement of practical skills.

- the format of such individual consultations with the teacher reduces the risk of not accepting of new material.

- enables the teacher to see the progress and level of each individual student's understanding.

- the technique of using flipped classrooms does not require special expensive technical devices. You need a smartphone, a tablet, or a regular computer or a laptop with standard software to work in this format.

As noted above, the pandemic has adjusted teaching and learning in Ukrainian institutions of higher education. From my own experience, it can be noted that teaching in flipped classrooms is radically different from ordinary, traditional learning [4]. Instead of the usual lectures, video lectures were held in Zoom or lecture materials were provided the day before. And practical classes were conducted using the following options for flipped classes: Kahoot, Memrise, Google Slides, Google Classroom, Google Forms, Mindmapping, [5–10]. (Figure 1).

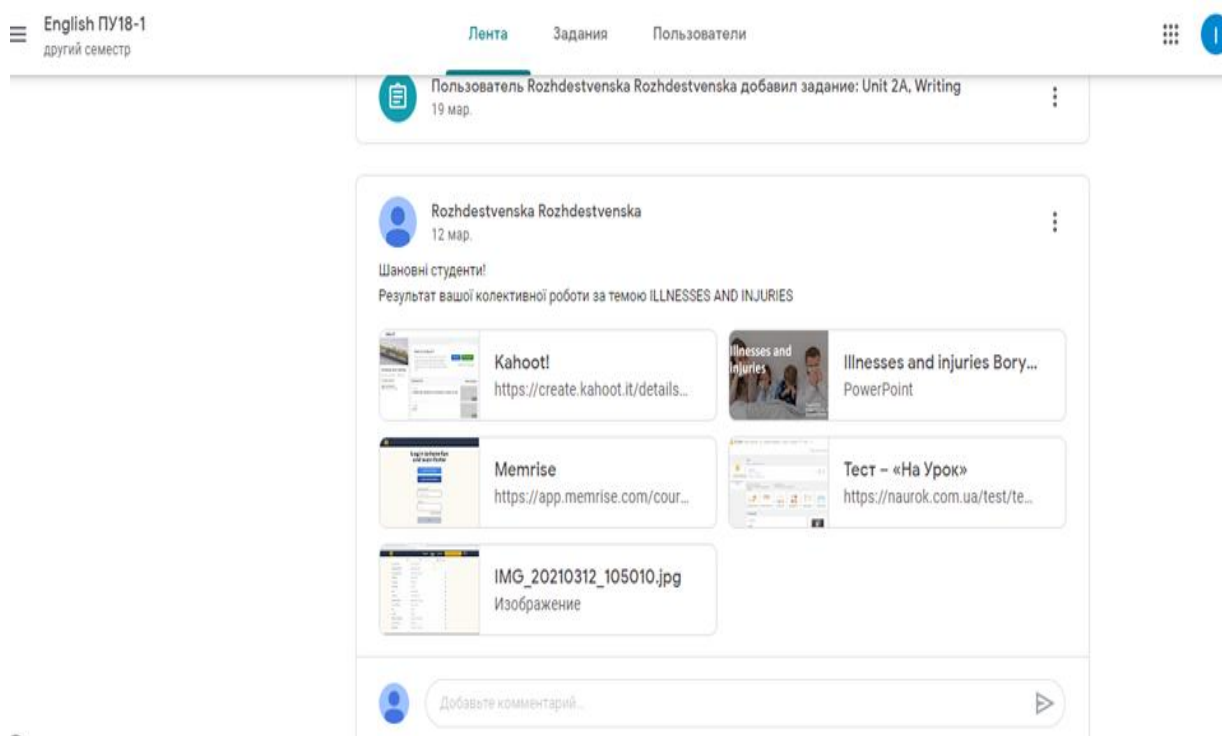


Figure 1. Google Classroom [8] – as an example of an flipped class, the figure shows other types of flipped classes.

After analyzing the well-known online learning platforms, we conclude that Kahoot and Memrise are one of the most successful online platforms for learning and assimilation of information and are a bright example of an flipped classroom.

Kahoot [5] is a global online learning platform that empowers everyone, including children, students and staff, and unleashes all the learning potential of the platform's participants. This online learning platform allows both individuals and corporations to easily create, share and play educational games that stimulate engaging interaction. Kahoot games can be played anywhere, anytime, in person or virtually, from any device provided you are connected to the Internet. This platform is recommended for use at school or university – to attract distance learning of teachers and students or teachers and students, at work – training, presentations, meetings and events in person or on any platform for video

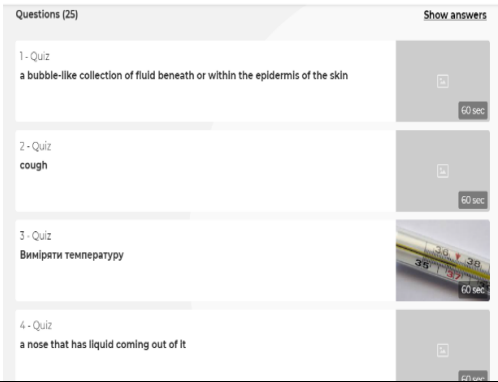
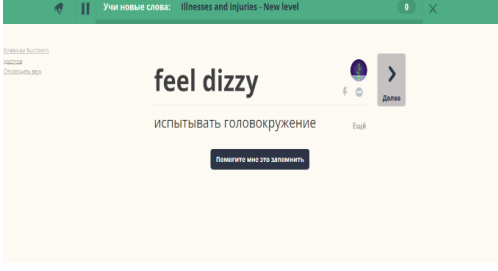
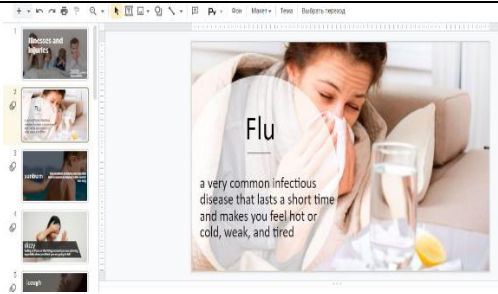
conferencing, at home – training programs and games for families leisure and home schooling.

Memrise [6] is a platform for learning foreign languages such as French, Spanish, Italian, English, Korean, Russian, Polish, Japanese, Turkish, German and Arabic. The essence of the platform is language learning in three steps: learning everyday words and phrases, delving into the language environment, communicating with confidence. The platform is designed to learn vocabulary, not grammar.

According to the educational platforms, students not only took ready-made tests, games or some interactive tasks, but also created their own projects. Table 1 shows the platforms on which projects are created, thematic projects, links to tasks and the composition of tasks.

Table 1

Students' projects are created in flipped classrooms

Platform name	Topic	Link	Example
Kahoot [5]	ILLNESSES AND INJURIES	https://create.kahoot.it/details/illnesses-and-injuries/d0e1b73d-0bc9-4cf7-b36a-4b622b65ecba	
Memrise [6]		https://app.memrise.com/course/5964854/illnesses-and-injuries/garden/learn/?source_element=course_mode&source_screen=course_details	
Google Slides [7]		https://docs.google.com/presentation/d/15KCq43KaaCZv7Q7b9t3G0IYQ2EJB3VaeFPgU9Z6INs/edit#slide=id.p2	

The flipped class method, in particular the considered platforms Kahoot and Memrise, can be successfully used when studying grammar and vocabulary, when working with texts, watching movies in a foreign language, or listening of audio texts. Students should be sent a link to a video or lecture in advance with explanations and exercises for previous work with new vocabulary and grammatical structures. You can use ready-made material from the Internet. This preliminary training helps students to be active participants in the learning process and navigate the learning material.

Thus, the technology of the flipped classroom to change the role of the teacher, the teacher becomes closer to each student during the learning process, closer cooperation becomes possible. At the same time, the role of the student changes, the student ceases to be a passive participant in the learning process. The technology of the flipped classroom allows you to put the responsibility for the student's knowledge on his own shoulders, thus giving him an incentive for further creativity, directing the learning process in the direction of practical application of the acquired knowledge.

References

1. King, Alison. "From sage on the stage to guide on the side." *College teaching* 41, 1: 30–35. URL: <https://faculty.washington.edu/kate1/ewExternalFiles/SageOnTheStage.pdf>
2. The University of Texas at Austin. How do You Flip a Class? URL: <https://facultyinnovate.utexas.edu/how-to-flip>
3. Bonk C.J., Graham Ch.R. *The Handbook of Blended Learning: Global Perspectives, Local Designs* / foreword by M.G. Moore, J. Cross. John Wiley & Sons Ltd. – 624 p.
4. Teaching, Technology, and Teacher Education, During the COVID-19 Pandemic: Stories from the Field, Una Cunninngham. *Reimagining Learning in a Language Education Course Thrust Online: Social Constructivism in Times of Social Isolation.*, Stockholm University, Sweden p. 449–456 URL: https://www.researchgate.net/profile/Regina-KaplanRakowski/publication/342212283_Teaching_Technology_and_Teacher_Education_During_the_COVID19_Pandemic_Stories_from_the_Field/links/5ee8f58292851ce9e7e82e1d/Teaching-Technology-and-Teacher-Education-During-the-COVID-19-Pandemic-Stories-from-the-Field.pdf
5. Kahoot, URL: <https://kahoot.com/>
6. Memrise, URL: <https://www.memrise.com/ru/>
7. Google Slides, URL: https://www.google.com/intl/uk_UA/slides/about/
8. Google Classroom, URL: <https://classroom.google.com>
9. Google Forms, URL: https://www.google.com/intl/uk_ua/forms/about/
10. MindMapping, URL: <https://www.mindmapping.com/>

ВПЛИВ COVID-19 НА DIGITAL-MARKETING

Животова А. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Масленникова А. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Кудря А. Ю.**, аспірант ОП 051,

асистент кафедри маркетингу Університету митної справи та фінансів)

У сучасному інноваційному світі люди все більше почали приділяти увагу телефонам, комп'ютерам, планшетах, а отже – Інтернету. Більшість українців вже зараз об'єднують своє життя замовляючи їжу на сайті, оплачуючи комунальні послуги через мережу чи роблячи онлайн-покупки в магазині.

Статистика Google Trends показує, що люди споживають все більше послуг в цифровому форматі – на тлі карантину цифрові канали стали єдиною можливістю спілкуватися з кимось, крім членів сім'ї. При цьому дуже швидко з'явилося безліч різноманітних онлайн-послуг і сервісів.

З моменту, коли почалася жорстка фаза кризи, викликана COVID-19, і пов'язані з нею події, пройшло вже більше 15 місяців. Карантин, самоізоляція і інші поняття стали невід'ємною частиною життя не тільки для споживачів, але і для бізнесу.

Перехід на віддалений режим роботи змінив поведінку користувачів. Відбуваються структурні трансформації рекламного ринку, – бренди перерозподіляють рекламні бюджети між офлайн і онлайн в залежності від передислокації аудиторії, зростання і падіння попиту, тимчасового закриття офісів і інших чинників. При цьому спостерігається стрімке зростання онлайн. Це хороша можливість для охоплення широкої цільової аудиторії, незважаючи на непрості часи.

Діджитал переживає високий зріст, про що говорить весь ринок. Основна задача — правильно діяти в сьогоденних реаліях та вистроїти роботу інструментів цифрового маркетингу.

До основних інструментів цифрового маркетингу можна віднести:

1. Email-маркетинг – це інструмент звернення до людей, які користуються у своєму повсякденному житті електронною поштою для ділового чи особистого спілкування. Лист, який користувач отримує на свою електронну пошту, можна вважати частиною інтернет-маркетингу, який застосовується із використанням email.

2. SEO-оптимізація – дії, скеровані на поліпшення видимості сайту в пошукових системах за тематичними запитам користувачів і, як наслідок, збільшення цільового трафіку, що надходить із пошукових систем.

3. SMM – особливий інструмент Інтернетмаркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використан-

ня соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів.

4. Мобільний маркетинг представляє собою систему заходів, спрямованих на просування товарів та послуг за допомогою мобільних пристроїв та додатків.

5. Інфлюенс-маркетинг, або робота з лідерами думок (блогерами і влогерами), – це повноцінний інструмент просування.

В ході дослідження виявлено такі зміни споживацького ставлення до інструментів цифрового маркетингу під впливом COVID-19 (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Споживацьке ставлення до інструментів цифрового маркетингу

№	Інструменти	Споживацьке ставлення
1	Email-маркетинг	Email-маркетинг під час і після карантину став більш популярним, так як з'явилося більше часу перевіряти пошту і читати листи. Для зворотного зв'язку споживач частіше використовує соціальні мережі, ніж електронну пошту. Email-розсилка найчастіше викликає негативні емоції, або ігнорується.
2	SEO:	SEO стає менш актуальним, так як першочергово користувачі користуються пошуком через соціальні мережі. Інтернет-користувачі найчастіше переходять на офіційні сайти компаній через соціальні мережі, а не через пошукові запити. Вибираючи між офіційним сайтом і сторінкою в соціальних мережах, користувач вважатиме за краще для ознайомлення з компанією і товаром в соціальні мережі.
3	SMM:	SMM став більш ефективним інструментом, так як збільшилася кількість годин, проведених в соціальних мережах. Користувачі охочіше пишуть відгуки про товар на офіційних акаунтах компанії ніж інфлюенсерам, їх рекламують. Одним з основних факторів підвищення довіри до компанії є наявність активних сторінок в соціальних мережах.
4	Мобільний маркетинг:	Мобільний маркетинг стає все більш актуальним. У період самоізоляції і після неї збільшився час, проведений за комп'ютером.
5	Influence-маркетинг:	Роль Influence-маркетингу зростає. Реклама у інфлюенсера викликає більше довіри, ніж реклама на офіційних сторінках компанії.
6	Інше:	Залежно від регіону проживання змінюються уподобання користувачів. Залежно від спеціальності освіти змінюються споживчі переваги.

[Джерело: складено автором]

Інтернет є унікальним інструментом, який широко використовується в сучасній маркетинговій діяльності, але важливо мати на увазі, що через його особливу природу необхідно вибрати правильні стратегії для досягнення реального ефекту від комерційної діяльності. Тому, в нинішній час характерним є розвиток технологій інтернет-маркетингу, таких як пошуковий маркетинг, ведення блогів, піар у блогах, онлайн-відео, подкасти, спонсорство та крос-брендинг. У той же час компанії більше уваги приділяють аналізу поточних показників, що значно підвищує ефективність маркетингових зусиль. На основі спостереження споживчої активності можна коригувати зміст інформаційних джерел та використання елементів Інтернет-маркетингу.

Отже, люди все активніше використовують цифрові технології у всіх сферах життя, будь то робота чи освіта. Як результат, очікування споживачів від онлайн-сервісів та інтернет-магазинів ростуть. Саме тому всім компаніям, незалежно від їх розміру, потрібно переходити на цифрові технології і перебудовувати процеси так, щоб задовольнити нові потреби.

Однак непотрібно забувати і про «олдскул» у світі маркетингових інструментів таких як : позначення місця знаходження офісу, магазину, центру видачі заказів у Google-картах, зовнішню рекламу, що ідентифікує бренд або товар, участь компанії у соціально-значущих подіях для її цільової аудиторії, тощо... адже діджитал-інструменти не можуть виступати єдиним каналом комунікації з ЦА, про що свідчить нещодавній збій у роботі соціальних мереж Facebook та Instagram у зв'язку із чим підприємці, бізнес яких був побудований виключно на цьому каналі, знаходились в шоковій ситуації!

Підсумовуючи дослідження можна окреслити модель ефективного маркетингу як Діджитал маркетинг + smm + бази посилань + посадкові сторінки + класика у вигляді інформації у довідниках товарів, підприємств та базах даних по сферам діяльності, але це якщо підприємство зацікавлене у грі «в довгу».

Список використаних джерел

1. Грищенко О. Ф., Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства / Грищенко О. Ф., Нешева А. Д. // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013, №4

2. Дрокіна Н. І., SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу / Міжнародні економічні відносини та світове господарство // Випуск 19, частина 1 • 2018

3. Процишин Ю. Т., Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері / Ю. Т. Процишин .Іванечко Н. Р. Крулевський А. В. // Економіка та управління підприємствами // ВИПУСК № 3 (77)-2, 2020. – 135 с.

4. Рябов І. Б., Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві / І. М. Шевкопляс // Ефективна економіка, 2020, № 12, 4 с.

PR-ТЕХНОЛОГІЇ У СПІВПРАЦІ ЗІ ЗМІ У ПРОСУВАННІ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Шамрай К. О.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Лесюк О. В.**, к.н. з соц.ком.,
ст. виклалач кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

З появою великого рівня конкуренції на ринку, з'явилася потреба у впровадженні PR-технологій у роботі організацій. Лише у умовах існування PR товар, або організація може бути конкурентоспроможним у сучасному світі.

На думку професора Савіной О. М. PR – це відносини з громадськістю, суспільні зв'язки, суспільні відносини, суспільне взаємодія; скорочено: PR, технології створення і впровадження при суспільно-економічних і політичних системах конкуренції образу об'єкта (ідеї, товару, послуги, персоналії, організації – фірми, бренду) в ціннісний ряд соціальної групи, з метою закріплення цього образу як ідеального і необхідного в житті [2].

Як правило, звернення до PR-технологій за створенням позитивного образу організації передуює аналіз існуючого іміджу компанії. Для нинішньої ситуації на ринку товарів і послуг характерна жорстка конкуренція всіх провідних організацій і корпорацій, широкомасштабний наступ в боротьбі за клієнта, тому майже кожна організація намагається виглядати найкращою в очах потенційного покупця, або клієнта.

Використання PR-технологій для розвитку іміджу це комплексне і багаторазове використання PR-засобів в рамках єдиної концепції та загальноплану впливу на думки і ставлення людей з метою підтримки репутації, створення і популяризації іміджу.

Вивчення джерел повідомлень (інформаторів) є виявлення тих хто буде найбільш ефективними комунікаторами для вирішення цілей конкретної PR-кампанії. Ця ефективність може бути визначена за такими критеріями:

- ступінь впливовості джерела повідомлення (здатність домагатися розуміння цільовою аудиторією того, що він може змінити ситуацію, оскільки наділений владою приймати рішення);
- вміння викликати довіру (здатність домагатися оцінки повідомлення одержувачем як істинного або правдоподібного);
- привабливість (відповідність такими характеристиками, як схожість (подібність) з представниками цільової аудиторії, впізнаваність (популярність), фізична привабливість) [3].

Дослідження цільових аудиторій є одним з найбільш важливих компонентів аналітичного етапу процесу розробки та реалізації PR-кампанії, оскільки неточна, неповна або неправильна інформація про аудиторію не дозволить досягти очікуваного ефекту запланованих PR-дій. При цьому, як правило, є необхідність у подоланні різних перешкод, які заважають нормальному перебігу процесу: бар'єру недовіри, незапланованого втручання середовища, спотворень, що призводять до зміни вихідного повідомлення.

ЗМІ в даний час – це наймасовіший канал, що охоплює величезну аудиторію. Тому більшість організацій та компаній прагнуть співпрацювати зі ЗМІ. Мас-медіа, зі свого боку, теж сприяють співпраці, влаштовуючи сюжети, новини, статті, які створюють позитивний імідж організації.

Найбільш поширені форми подачі інформації в ЗМІ:

– прес-реліз (анонс або новинний) – повідомлення, що містить важливу новину, наприклад, про майбутню презентацію, прем'єри чи вернісажі. Він готується в такому вигляді, щоб його можна було цілком або фрагментарно опублікувати, розсилається за деякий час до події чи лунає під час прес-конференції. Прес-реліз створюється за канонами журналістики, тому його автор повинен знати, які новини будуть прийняті ЗМІ (газетою, журналом, ТБ, радіо тощо), а які відкинуті. Грамотно оформлений прес-реліз являє собою контекстну рекламу. Саме тому при його написанні важливі всі дрібниці, від початку і до кінця.

– прес-тур – форма подачі інформаційно-новинних матеріалів, коли журналісти запрошуються в гості (на виїзд) для знайомства з об'єктом. Це може бути день відкритих дверей (висвітлення нового обладнання, штату, поліпшення технологій роботи).

– прес-довідка – інформація про поточні заходи (про те, що не є сенсацією), наприклад: благодія, акційні пропозиції, співпраця з іншими компаніями, або організаціями [1].

Робота зі ЗМІ дає результати тільки в тому випадку, якщо вона ведеться послідовно і об'ємно, і чим активніше використовується в комунікаційному процесі зворотний зв'язок, тим він ефективніший.

Таким чином, поєднуючи різні способи PR-технологій та роботи медіа, можна сформувати, реалізувати та підтримувати позитивний імідж своєї компанії, аби підтримувати лідуючі місця на ринку.

Список використаних джерел

1. Гримська М.І. «Зв'язки з громадськістю», 2015 рік, 413 стр.
2. Савінова О. Н. Стаття Поняття «PR». Суб'єкти PR. Функції PR. 2015 рік, 23 стр.
3. Філановський О. В. «Головна маркетингова книга», 2018 рік, 304 стр.

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД У РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Козлова І. А.,

аспірантка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Даценко В. В.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри маркетингу Університету митної справи та фінансів)

В процесі розробки Дніпропетровської обласної стратегії поводження з відходами проведені дослідження показують, що фактична кількість ТПВ, що утворюється в області становить не менше 1080 тис. т/рік, а вивезення і захоронення спеціалізованими підприємствами забезпечує утиліза-

цію 600 тис .т/рік. Це означає, що близько 45 % ТПВ вивозиться на несанкціоновані сміттєзвалища , або просто викидається за межами населеного пункту.

За рейтингом опитувань, питання звалищ і забруднення відходами стоїть на першому місці серед жителів міста Дніпро та Дніпропетровської області. На сьогоднішній день в Дніпропетровській області є 11 паспортизованих полігонів. Але їх стан не можна назвати таким, що відповідає екологічному законодавству та санітарним нормам. В області значна кількість несанкціонованих звалищ понад 400.

Дніпропетровська обласна державна адміністрація та Обласна рада реалізують екологічну політику області через комплексну програму (стратегію) екологічної безпеки та запобігання змінам клімату на 2016-2025 роки, яка передбачає : 100% охоплення населення послугами з вивезення ТПВ; створення інфраструктури з переробки відходів; ліквідацію всіх несанкціонованих сміттєзвалищ.

Основним стратегічним напрямком політики в секторі управління відходів в короткостроковій перспективі має бути закриття дрібних звалищ і великих некерованих полігонів з одночасним облаштуванням регіональних полігонів ТПВ. [1]

Застосування дорогих технологій обробки та утилізації відходів (наприклад, спалювання, механіко-біологічної обробки) необхідно відкласти до тих пір, поки рівень доходів населення не дозволить підвищити витрати на систему управління відходами в цілому до рівня західних країн. Згідно рекомендацій Світового Банку, при фінансуванні проектів модернізації збору і видалення твердих побутових відходів, «економічно доцільна» вартість збору і переробки відходів знаходиться в межах до 1 % від середньомісячного доходу громадян. У Європі при середньому доході 1500-2000 € в місяць вартість коливається від 15 до 20 € в місяць за тонну.

В Україні, при вартості переробки ТПВ в межах ~ 1% середньомісячного доходу (4900 грн або 175 € в місяць), ціна не повинна перевищувати 2 € , або 56 грн, або 56 грн. .

Ціна орієнтовно може досягти від 7 до 10 € за тонну при виборі від 7 до 10 € за тонну при виборі більш спрощеної технології переробки (технології переробки (сортування, з метою вилучення та використання цінних ресурсних компонентів, полігони ТПВ), і ця обставина є дуже серйозним обмежуючим чинником, який впливає на вибір технічних рішень.

Плата за переробку на сьогодні дуже низька: складає 3,5 €€, або 98 грн., або 98 грн. за тонну (м. Дніпро). Для того щоб забезпечувати належне санітарне очищення населених пунктів, ціна на переробку з урахуванням транспортних витрат повинна складати близько 110 0 €€, або 280 грн. за тонну.

Експерти провели базовий аналіз проблеми відходів у регіоні, який показав, що 10 % усіх громад області не мають системи вивозу сміття,

майже у 70 % громад відсутні пункти прийому вторинної сировини. Важливим залишається питання стихійних звалищ – 85 % респондентів, що взяли участь в опитуванні, проведеному експертами проекту в серпні цього року, говорять про випадки самостійного вивозу сміття на стихійні звалища. Серед головних проблем визначають низьку культуру населення поводження зі сміттям і слабку матеріально-технічну базу (брак коштів на якісне обслуговування, відсутність контейнерів для сортування сміття, пунктів прийому вторинної сировини тощо).

Застосування нового підходу до сортування та розроблення ефективної логістики не знизить вартість переробки, але дозволить знизити прямі витрати населення на послуги з вивезення ТПВ.

Відповідно до Обласної стратегії органи місцевого самоврядування, зокрема м. Дніпро: проводять роботу з виявлення несанкціонованих сміттєзвалищ; розробляють актуальні схеми санітарної очистки з урахуванням обраної організаційної схеми; організують роботу власного комунального підприємства з вивезення ТПВ (в разі - на конкурсній основі визначають підприємство з надання послуг з вивезення ТПВ відповідно до схеми санітарної очистки; забезпечують ліквідацію несанкціонованих сміттєзвалищ (в тому числі із залученням підприємства переможця конкурсу); готують пропозиції щодо співфінансування будівництва об'єктів поводження з ТПВ.

Регіональний план управління відходами – це фактично план залучення інвестицій та розвитку ринку і бізнесу в області. І до розробки таких регіональних планів мають бути залучені абсолютно всі учасники – місцеве самоврядування, безпосередньо громади, представники бізнесу, потенційні інвестори, міжнародні партнери та представники МФО, а також Агенції регіонального розвитку.

Створення кластерів зі збирання, вивезення, захоронення та утилізації твердих відходів, супровід пілотних кластерів через розвиток комплементарних команд на перетині місцевої влади, бізнесу, освіти та громадянського суспільства, відкрите партнерство з тими людьми та інституціями, які сприяють ґрунтовним змінам українських регіонів, мають стати пріоритетами розвитку соціальної, екологічної та економічної політики ОМС.

Оптимальна зона охоплення (кластер) мережі регіональних полігонів для захоронення побутових відходів повинна включати територію, на якій проживає близько 400 тис. осіб. Внаслідок відносно високих капітальних та експлуатаційних витрат полігонів, що відповідають вимогам законодавства ЄС, такі об'єкти повинні мати мінімальну потужність близько 50 тис. т на рік (оптимальна потужність становить 100 тис. т на рік) на кількість населення, що становить не менше 150 тис. осіб. Кластери можуть стати двигунами розвитку для українських регіонів, бо цей підхід забезпечує кращу продуктивність. Коли на певній території концентруються виконавці навколо однієї спеціалізації, з'являються нові ефекти

У сфері поводження з ТПВ в Україні необхідно вжити таких спеціальних заходів: визначення місцевими органами виконавчої влади та ОМС з

урахуванням механізмів їх взаємодії та співробітництва оптимальних районів охоплення та розташування регіональних об'єктів поводження з побутовими відходами, зокрема сміттєперевантажувальних станцій, сміттєсортувальних ліній, сміттєпереробних заводів, полігонів [2].

Сміттєпереробна галузь в Україні знаходиться на етапі становлення. На сьогоднішній день ця сфера вважається перспективною з точки зору інвестування. Відсутність системи перероблення (у тому числі системи роздільного збирання) побутових відходів призводить до втрати Україною щороку мільйонів тонн ресурсоцінних матеріалів, що містяться у відходах, які потенційно можуть бути введені у господарський обіг. Розвиток роздільного збирання та перероблення відходів є невід'ємною частиною підвищення ефективності використання природних ресурсів і переходу до сталої економіки.

Список використаних джерел

1. Правила експлуатації полігонів побутових відходів : затв. Наказом Міністерства з питань житлово-комунального господарства України від 01.12.2010 № 435. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Роман В.І. Моделі децентралізації влади країн Європейського Союзу / В.І. Роман // Демократичне врядування. – 2013. – Вип. 12. – С. 31–42.

*Секція 3. Соціально-економічний розвиток:
стратегічні та інноваційні рішення*

**СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПОСИЛЕННЯ ЗАХИСТУ
КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

Клименко К. В.,

к.е.н., завідувач відділу бюджетної системи
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»

Савостьяненко М. В.,

старший науковий співробітник відділу міжнародних фінансів
та фінансової безпеки НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління»

Сьогодні одним із важливих завдань для України є вирішення проблемних питань щодо реалізації реформи системи забезпечення національної безпеки. Це пов'язано з динамікою соціальних, економічних, політичних і навіть технологічних процесів, що відбуваються у світі. Світові тенденції до посилення загроз природного та техногенного характеру, підвищення рівня терористичних загроз, збільшення кількості та підвищення складності кібератак, а також пошкодження інфраструктурних об'єктів у східних та південних регіонах України зумовили актуалізацію питання захисту систем, об'єктів і ресурсів, які є критично важливими для функціонування суспільства, соціально-економічного розвитку держави та забезпечення національної безпеки.

З урахуванням потреб національної безпеки і необхідності запровадження системного підходу до розв'язання зазначених проблем на загальнодержавному рівні, необхідне створення системи захисту критичної інфраструктури, яка має ефективно взаємодіяти із різними загальнодержавними і національними системами захисту інформації, системами безпеки і захисту об'єктів тощо.

Так, Указом Президента України від 26.08.2021 № 447/2021 введено у дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2021 року «Про Стратегію кібербезпеки України». Стратегія кібербезпеки України визначає пріоритети національних інтересів у сфері кібербезпеки, цілі та завдання в розбудові національної системи кібербезпеки на довгострокову перспективу. У Стратегії враховано сучасні загрози та виклики [1]. У такій ситуації Україна має розбудовувати національну систему кібербезпеки на засадах стримування, кіберстійкості та взаємодії. Співробітництво у сфері кібербезпеки розвиватиметься із ключовими іноземними партнерами, передусім з ЄС, США та іншими державами – членами НАТО та міжнародними інституціями. Кожен пріоритетний принцип містить чіткі зрозумілі цілі, які мають бути досягнуті протягом періоду реалізації зазначеної Стратегії [1].

На сьогодні вкрай важливим є прийняття Проекту Закону «Про критичну інфраструктуру» № 5219 від 29.06.2021 (прийнято в першому читанні) [2]. Його прийняття дозволить підвищити рівень безпеки та стійкості критичної інфраструктури до загроз будь-якого походження (природного та техногенного характеру, протиправних дій), що, у свою чергу, сприятиме захисту життєдіяльності громадян, забезпечить безперервність надання життєво важливих послуг для громадян. Зокрема ст. 35 Законопроекту регулює питання міжнародного співробітництва у сфері захисту критичної інфраструктури».

Зокрема, необхідність прийняття Проекту Закону «Про критичну інфраструктуру» обумовлюється незадовільним технічним станом та рівнем захисту об'єктів критичної інфраструктури, недостатністю інвестицій в її оновлення та розвиток, потенційними загрозами несанкціонованих втручань фізичного і кіберхарактеру в її функціонування; законодавчою неврегульованістю та відсутністю органу, відповідального за координацію діяльності у сфері захисту критичної інфраструктури; тощо.

У нинішніх умовах на державному рівні слід максимізувати зусилля у напрямі підвищення результативності спільних програм в сфері захисту критичної інфраструктури, особливо у співпраці з міжнародними партнерами. Насамперед ідеться про розробку і запровадження вітчизняних норм і правил та їх гармонізацію з європейськими (з урахуванням обраного вектору розвитку) задля ефективнішого уникнення ризиків і управління ними, моніторингу процесів підготовки, реалізації й оцінки результативності таких програм.

Таке позиціонування також відповідає п. 21.1. «Завдання у сфері фінансової безпеки»: в частині поступового скорочення дефіциту державного бюджету та зміцнення взаємодії з МФО та 21.2 «Завдання у сфері виробничої безпеки»: розбудова якісної інфраструктури, залучення внутрішніх та іноземних інвестицій у модернізацію і розвиток об'єктів критичної (інженерної, інформаційної, енергетичної) інфраструктури; 21.4. «Завдання у сфері інвестиційно-інноваційної безпеки»: розроблення механізму і реалізація державного супроводження впровадження розроблених в Україні новітніх технологій у галузях, що мають стратегічне значення для національної безпеки держави та її критичної інфраструктури; забезпечення комплексної перевірки походження іноземних інвестицій у стратегічні об'єкти державного значення та інші об'єкти критичної інфраструктури Стратегії економічної безпеки України на період до 2025 р. [3].

Посилення захисту критичної інфраструктури в контексті співробітництва з МФО має стати однією зі складових фундаменту, який забезпечить розбудову в Україні стійкої й прозорої економічної системи та державного управління, що сприятиме подоланню викликів і загроз, які постали перед нашою країною, її довгостроковому економічному зростанню, економічній безпеці, а також уможливить її інтеграцію в європейський економічний простір.

Список використаних джерел

1. Президент України затвердив нову Стратегію кібербезпеки України. URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Diialnist/4976.html>

2. Проект Закону про критичну інфраструктуру 5219 від 09.03.2021. URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc41?pf3511=71355>

3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року»: Указ Президента України №347/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3472021-39613>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ

Горніч А. А.,

студентка Подільського спеціального
навчально-реабілітаційного

соціально-економічного коледжу

(науковий керівник – **Годованюк А. В.,**

викладач кафедри фінансів та економіки

Подільського спеціального навчально-реабілітаційного
соціально-економічного коледжу)

Сталий довгостроковий економічний розвиток є результатом залучення іноземного досвіду до розвитку нових високорозвинених країн, діяльності, спрямованої на сприяння технологічному та науковому розвитку. В системній економіці інновації сповільнилися, щоб підвищити конкурентоспроможність країни, і використовуються для прискорення поточного процесу та сприяння інноваціям та ефективності інновацій операційних систем.

Інновації – це новий або вдосконалений продукт або технологічний процес, що має якісні переваги в сферах використання та проектування, виробництва, маркетингу, здійснений і має соціальну перевагу.

Інноваційна економіка – це тип економіки, що базується на інноваціях, безперервному технологічному вдосконаленні, розвитку та експорті високотехнологічних товарів; економіка знань, що створює умови для збільшення інвестицій у науку, техніку та дослідження

З економічної точки зору, інноваційний процес розглядається як складний процес зміни відносної якості виробничих ресурсів країни разом з її виробничими відносинами. Такий інноваційний процес:

- ✓ забезпечує комплексну взаємодію знань, знань та соціальних потреб;
- ✓ інтегрує знання та технології, виробництво та споживача;
- ✓ впливає на розвиток особистості, трансформацію потреб, вдосконалення умінь і навичок [3, с. 309–314]

Створення інноваційної стратегії – це систематичний процес, що ґрунтується на стратегічному мисленні, фіксуючи контекст, у якому працю-

ють компанії, регіони. Для цього потрібно вміти аналізувати; Визначити місію інновації, стратегічні цілі та завдання, визначте ключові орієнтири та запобіжні заходи для інноваційного розвитку з максимальним використанням усіх можливих ресурсів.

Технологічні інновації необхідні для формулювання:

- ✓ важливих цілей розвитку інноваційних суб'єктів;
- ✓ визначення дизайну конкретних дій в управлінні новою діяльністю;
- ✓ характеру нового регіону або країни;
- ✓ координацію діяльності з розробкою основних інноваційних стратегій регіональної системи, керуючи економічними відносинами учасників та інших підлеглих;

- ✓ пропозиції важелів та інновації в державних засобах масової інформації, що повинні сприяти підвищенню конкурентоспроможності за допомогою послідовного регулювання;

- ✓ вибору форми державного планування для відновлення діяльності (активне втручання та стимулювання вищої освіти, торговельних закладів, торгівлі, плавне регулювання (ліберальні погляди на способи управління діяльністю) або змішане регулювання);

- ✓ навчання інноваційному менеджменту;
- ✓ кредитної політики, антимонопольного законодавства, екологічного права, податкових норм, регулювання міжнародного обміну технологіями, бюджетних субсидій на експорт та імпорт (прямі експортні субсидії; зменшення або зміна тарифів на певні види імпорту), програм переробки [3, с. 210–215]

Процес створення інноваційних стратегій в системі підвищення конкурентоспроможності економіки країни потребує дослідження та критичного розуміння основних явищ та поглядів, що розкривають зміст цього явища, та визначення основних методів:

- ✓ порівняльний (стан порівнянь, що дозволяють порівняти національну економіку та країни, які розпочали розвиток інновацій);

- ✓ слідкувати за інноваціями (визначення умов та факторів, що підвищують ринкову конкуренцію економіки країни, зокрема інноваційні компоненти);

- ✓ система (на основі теорії систем, тобто кількох важелів постачання, стратегічних інструментів управління інноваційною еволюцією на основі просторового економічного регулювання у зв'язку з поселенням держав, регіонів та секторів товарних макро-, мезо- та мікроекономічних систем);

- ✓ синергетичний (вивчення різних варіантів отримання синергетичного ефекту).

В успішному та ефективному інноваційному розвитку країни найважливішою цінністю є вибір інноваційних стратегій, оптимальних та продуманих орієнтирів реалізації інноваційної політики на всіх рівнях управління) [1, с. 336–351]

Інноваційній сфері України, яка характеризується дуже складними, проблемними проявами, дуже важливо детально розробити найкращі світові практики, щоб знайти заходи щодо впровадження державного регулювання інноваційного розвитку, що в кінцевому підсумку сприятиме до економічних інновацій місцевої продукції, підприємств та країни [2, с. 38].

Список використаних джерел

1. Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. Інноваційний розвиток промисловості України, К.: КНТ, 2006, 648 с.
2. Луциків І.В. Реалії практики державної підтримки у сфері забезпечення інноваційного розвитку економіки України. Держава та регіони. 2011. № 5. С. 38–41
3. Юринець З.В. Формування інноваційних стратегій: теорія, методологія, практика: монографія Львів: СПОЛОМ, 2016, 412 с.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Шаранов Р. С.,

аспірант кафедри підприємництва та економіки підприємства
(науковий керівник – **Ватченко О. Б.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

На початку 2020 року, через пандемію COVID-19, світ охопила криза, яка стала причиною серйозних соціально-економічних наслідків. Світове виробництво скоротилося приблизно втричі більше, ніж під час глобальної фінансової кризи. Найбільше постраждали країни, що розвиваються, до яких відноситься і Україна. За підсумками 2020 року в Україні відбулося скорочення реального ВВП на 4,0 % після зростання на 3,2 % у 2019 році, а найбільше скорочення припадає на 2 квартал 2020 року – 11,4 % [1]. Такий результат був зумовлений запровадженням жорсткого карантину, при якому підприємництво в Україні, особливо малий бізнес, опинилося у тяжкому становищі.

І хоча сьогодні більшість країн поступово повертається до нормального функціонування, в залежності від вакцинованого населення, в Україні повністю вакциновано станом на вересень лише 12,35 % населення [2]. Такий результат говорить про те, що в Україні, скоріш за все, будуть знову запровадженні карантинні обмеження, від яких в першу чергу постраждає підприємницький сектор. Тому вплив пандемії на розвиток підприємництва є актуальним питанням, дослідження якого допоможе мінімізувати майбутні наслідки кризи.

Метою даної роботи є визначення впливу пандемії COVID-19 на розвиток підприємництва в Україні.

Пандемія COVID-19 стала викликом для всіх галузей підприємництва в Україні. За підсумками 2020 року 29 % підприємств в Україні отримали збиток [1]. Найбільша кількість збиткових підприємств зосереджена в таких галузях як: мистецтво, розваги, спорт і відпочинок (46,6 %), тимчасове розміщування та організація харчування (41,2 %), операції з нерухомим майном (39,4 %), діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (34,7 %) та освіта (34,4 %). Рівень безробіття у 2020 році зріс з 8,1 % до 9,3 % [1]. В першу чергу такий результат пов'язаний із запровадженням карантину та локдауну, під час якого розважальна та харчувальна галузь не мали змогу працювати і підприємці скорочували персонал. Закриття кордонів та зупинка пасажирського авіатранспорту вплинули на сектор туризму, який також значно постраждав від пандемії. У 2020 р. витрати українців на закордонні подорожі впали майже вдвічі – з 8,5 млрд дол. до 4,7 млрд дол.

Проте, неможливість ведення підприємницької діяльності підштовхнула власників бізнесу до надання послуг через цифрові платформи. І хоча в багатьох секторах підприємництва цифрові технології ще до 2020 року набували все більшого значення, пандемія тільки зміцнила їх позиції. Більшість підприємств мали пристосуватись до сучасних реалій і змінювати свої бізнес-моделі, щоб забезпечити виконання замовлень і надання послуг через цифрові платформи. В результаті цифрові технології стали ключем до забезпечення безперервності бізнесу.

Таким чином, деякі галузі економіки виявилися менш вразливими до обмежень та навіть опинилися у вигазі – це фармацевтичне та хімічне виробництво, ІТ-сектор, фінансова сфера та сфера охорони здоров'я. У 2020 році значно збільшилися обсяги торгівлі офісним обладнанням, приплив нових користувачів також відчули сервіси, які полегшують організацію віддаленої роботи: корпоративні месенджери, хмарні оператори і провайдери веб-сервісів.

В умовах, що склалися, уряди країн запровадили підтримку суб'єктів господарювання. В Україні, зокрема, прийняли систему підтримки бізнесу, яка мала дозволити максимально зняти фінансове навантаження на підприємців у період карантинних обмежень. Система підтримки включає: кредитні канікули, податкові преференції, підтримку малого і середнього бізнесу, підтримку агробізнесу та інформаційну підтримку бізнесу. Проте, за даними опитування Аналітичного центру економіко-правових досліджень та прогнозування [3], 58 % підприємців оцінили рішення щодо підтримки бізнесу, прийняті владою України після оголошення пандемії COVID-19 як такі, що не задовольняють потреби компанії, задовольняють частково – 40 %, і тільки 2 % – повністю задовольняють.

Для полегшення економічних наслідків впливу COVID-19 на підприємство, на думку підприємців [3], мають бути запроваджені наступні заходи: реалізація державних цільових програм, розміщення державного замовлення для промисловості, надання кредитів для виплати заробітної плати працівникам підприємств, безпроцентні позики суб'єктам господарювання, зниження ставок оподаткування, скасування нарахувань на заробітну

бітну плату (ЄСВ та ПДФО), виплати по частковому безробіттю (щоб не звільняти працівників), заборона будь-яких планових чи позапланових перевірок суб'єктів підприємницької діяльності, безумовна підтримка всього населення на прикладі Німеччини та США тощо.

Пандемія COVID-19, як і будь-яка криза, принесла в собі соціально-економічні наслідки у вигляді безробіття та порушення економічної стабільності суб'єктів господарювання. Проте, кризи несуть в собі і потенціал змін – пандемія прискорила цифровізацію бізнесу та підвищила важливість електронної комерції. Але, в порівнянні з іншими країнами, рівень підтримки бізнесу урядом залишається на низькому рівні та повинен бути збільшений, що дозволить підприємницькому сектору пом'якшити наслідки кризи.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.09.2021).
2. Вакцинація від коронавірусу в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/vaccination/ukraine> (дата звернення: 19.09.2021).
3. Бізнес та COVID-19: вижити не можна померти. URL: https://fru.ua/images/doc/analytics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf (дата звернення: 19.09.2021).

ПРОБЛЕМА МОЛОДІЖНОЇ МІГРАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Бондаревська К. В.,

д.е.н., професор кафедри соціального забезпечення
та податкової політики

Університету митної справи та фінансів

Метлицька В. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Традиційно міграція до країн ЄС розглядалася як фактор заповнення відсутніх трудових ресурсів, що можуть використовуватися для економічного зростання і вирішення демографічних проблем. В основному міграція виконувала допоміжну роль для коригування диспропорцій на ринку праці і збалансування функціонування виробництва в ЄС. Варто зазначити, що основним мотивом трудової міграції молоді до Євросоюзу є прагнення отримувати більш високий дохід. Важливу роль при цьому відіграє високий рівень соціальної захищеності, толерантне ставлення до мігрантів і різноманіття культур.

За інформацією Державної служби статистики України, найбільші міграційні настрої спостерігаються саме серед молоді, що від'їжджає за кордон з метою навчання та працевлаштування (рис.1).

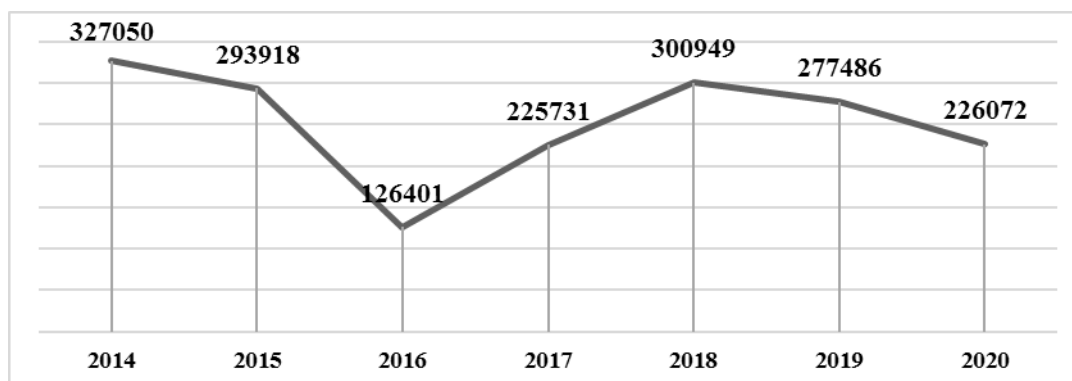


Рис. 1. Динаміка міграції молоді з України у віці 14–34 роки за 2014–2020 рр. (тис. осіб)

Джерело: складено за даними Державної служби статистики [1].

Значний спад чисельності міграції молоді спостерігається за період з 2015 по 2016 роки, різниця між показниками у відповідний період становить 167 517 тисяч осіб. Найбільша кількість мігрантів при цьому зафіксована у 2014 році. За наведеними даними можна зробити висновок, що інтенсивність міграційних процесів, зокрема кількість емігрантів серед молоді станом на 2020 рік скоротилася на 30,9 % осіб порівняно з 2014 роком.

Статистика свідчить, що у пошуках «кращої долі» в основному продовжує мігрувати молодь. Причому, в абсолютній більшості випадків на новому місці представники даної вікової категорії населення погоджуються працювати довше, інтенсивніше і за менший рівень оплати праці. Також мігранти, особливо нелегальні, значно рідше користуються соціальними благами та соціальними пільгами. Таким чином, за рахунок міграції, у європейських країнах є можливість виправити і демографічну ситуацію, і забезпечити сталий розвиток.

Серед чинників, які спонукають молодь до міграції, важливе місце займає саме оплата праці. На сьогодні розмір заробітної плати спричиняє знаходження частини населення України на межі виживання (рис. 2).



Рис. 2. Середня заробітна плата в ЄС і в Україні у 2021 р., євро
Джерело: складено за даними Євростату, 2020 [2]

Як ми бачимо, Україна займає останню позицію серед країн – членів ЄС за рівнем середньої заробітної плати.

Трудова міграція молоді впливає на соціально-економічний розвиток країни. Через надмірний експорт робочої сили погіршується ситуація на ринку праці, а країна втрачає свій інтелектуальний потенціал. Крім того, міграція молоді спричиняє негативні демографічні наслідки. Втім, наслідки міграції для держави не є такими однозначними. З одного боку, Україна втрачає трудовий потенціал, з іншого боку, отримує фінансові вливання і так званий соціальний капітал (оновлення поглядів, знань, навичок тощо) – але це стає можливим лише за умови тимчасової міграції та повернення молоді на Батьківщину. У будь-якому разі міграція, безумовно, має суттєвий потенціал для держави. Але для того, щоб ефективно використовувати позитивні наслідки міграції, важливо створити умови для зменшення надмірного рівня молодіжної міграції. Все це стає можливим лише за допомогою проведення зваженої державної політики, спрямованої на підвищення рівня добробуту та якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. База даних – Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>

ЄВРОПЕЙСЬКА СОЦІАЛЬНА МОДЕЛЬ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЦИВІЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА

Коробська А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Баранник Л. Б.**, д.е.н., професор,
професор кафедри соціального забезпечення
та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

Європейська соціальна модель (далі – ЄСМ) – це стратегія щодо розвитку суспільства, закладена на правах і нормах людської гідності, поваги, соціальної справедливості і соціальної орієнтованості конкурентоздатності економіки, до якої варто прагнути. ЄСМ можна охарактеризувати через один з таких показників, як рівень розвитку соціальних інновацій, що визначають нові ідеї, стратегії та технології, які сприяють вирішенню соціально-значущих завдань суспільства.

Станом на 2020 рік, серед країн, котрі займають першу десятку по рівню розвитку соціальних інновацій стали Швеція, Нідерланди, Фінляндія, Данія, Німеччина, Ірландія. Україна займає не досить таке й високе місце з баловим значенням розвитку інновацій соціального значення – 37,4, що й

досі залишає країну лише на кінці четвертого десятку списку. Це пов'язано з тим, що показник фінансування соціальних інновацій складає лише 0,42 % від річного ВВП, у порівнянні зі Швецією – 3,40% від ВВП [1, с. 16].

Виходить, що інноваційний простір, тобто соціальний простір ЄС, на сьогодні передбачає не лише економічну складову, але й науково-технічну разом з соціальним потенціалом суспільства, що у свою чергу, передбачає правильне та стабільне співвідношення між усіма складовими. Основною передумовою в інтеграційному процесі суспільства залишається людський ресурс, рівень якого визначається показником ІЛР. Розвиток людського капіталу – це первинна стратегія соціальної політики, вторинним етапом якої має бути її реалізація шляхом проведення програм Структурних фондів ЄС. Людський капітал – це не просто робоча сила, у першу чергу – це соціальні і демократичні права та інтереси кожного прошарку населення, визначені та захищені законодавчо.

Соціальна політика – це передусім збереження традицій та унікальних характеристик народів кожної держави-члена ЄС, з урахуванням того, наскільки країна є розвинутою та наскільки її рівень досяжний для здійснення певних стратегій та задач ЄС. Тобто, ЄСМ – це загальна місія для всіх країн-членів, формує її з цілей та можливостей кожної держави-учасниці, на засадах соціальної справедливості, безпеки, згуртованості, конкурентоздатності та збереження екології, зорієнтованої на діалог та взаємодію.

Структурні фонди ЄС – це комплекс фондів, спрямованих на конкретний напрям сфери людського(соціального) та економічного розвитку. Серед таких є: Європейський соціальний фонд (ЄСФ), Європейський фонд регіонального розвитку (ЕФРР), Європейський фонд орієнтації і гарантій сільського господарства (ФЕОГА), Фінансовий інструмент орієнтації рибальства (Фіоре) і Фонд згуртування (ФС). Наразі витрати на ці фонди становлять 36,8 % усіх витрат ЄС. Близько 8 % ресурсів упереджено спрямовано на допомогу молоді та довгостроковим безробітним, і близько 9 % виділяється на підтримку ініціативних програм ЄС. Бюджет ЄС складає 1074,3 млрд. євро, причому додаткові 15 млрд. євро спрямовано на ключові програми ЄС: науку, охорону здоров'я та зелену економіку [2].

Сам ЄСФ є найбільш повним втіленням для реалізації та впровадження соціальної політики. І хоча ЄСФ критикується Європарламентом через неадаптованість до ринку праці та відсутність чіткої орієнтації, але все ж таки він залишається діючим. Завдяки реформуванню ЄСФ зміг довести свою значимість, довівши змогу ефективної праці його структур та те, наскільки вони є гнучкими щодо пристосування до складних ситуацій. Тому, на сесії присвяченій Структурним фондам, Європарламент наголосив на розширенні напрямів діяльності ЄСФ та його взаємодії з місцевою та регіональною владою, а також наголосив на розвитку професійного навчання на регіональному рівні.

Світова криза й пандемія Covid-19 змусили країни ЄС акумулювати значні фінанси не лише в реалізації існуючих фондів, але й у формуванні та здійсненні програм в новостворених фондах. Зокрема, таким фондом став фонд відновлення економіки від наслідків пандемії коронавірусу.

Основоположним документом, котрий визначає положення та теоретичні знання ЄСМ – є Європейська соціальна хартія (переглянута). ЄСХп – це сукупність положень, визначених з метою соціально-громадського єднання країн-учасниць для подальшої реалізації положень щодо збереження та втілення в життя ідеалів і принципів, які є їхнім спільним надбанням, крізь призму соціальної рівності. Передумовою перегляду хартії стала її реалізація, внаслідок чого її переглянуто 3 травня 1996 року.

Отже, ЄСМ – це пріоритетний напрям розвитку суспільства не лише для країн-учасниць, але й тих країн, котрі вбачають у своїй країні майбутнє піднесення як фінансове, так і соціальне. Саме соціальна складова ЄСМ і визначає її головному мету – забезпечення прав та свобод, безпеки та розвитку людських ресурсів, тощо, на підставі гарантованих державою норм та законів. Все це здійснюється та й має здійснюватися з урахуванням спроможності та наявності ресурсів у країні, що робить ЄСМ більш гнучкою та адаптивною до кризових ситуацій.

Список використаних джерел

1. Крюкова І. О. Соціальні інновації як стратегічний напрям розвитку інноваційної діяльності в Україні та фінансовий механізм їх реалізації. Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. 2020. № 82 (1–2). С. 15–22.

2. У Європі знайшли політичний компроміс щодо довгострокового бюджету URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3133760-u-evropi-znajslj-politichnij-kompromis-sodo-dovgostrokovogo-budzetu.html>

3. Социальная Европа в XXI веке. Под ред. М. В. Каргаловой. М.: Издательство «Весь мир». 2011. 528 с.

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Разумова Г. В.,

д.е.н., доцент, професор кафедри
аналітичної економіки та менеджменту
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Варбанський О. В.,

студент Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Актуальність розгляду питання розподілу бюджетних коштів територіальних громад в сучасних умовах підтверджується численними різноаспектними теоретичними та науково-практичними працями. Проте, вищезазначене питання продовжує бути актуальним та потребує подальших досліджень, що зумовлює об'єктивну необхідність всебічного підходу до розгляду деяких аспектів управління розподілом бюджетних коштів територіальних громад в Україні.

Метою проведеного дослідження є визначення шляхів підвищення ефективності використання ресурсів територіальних громад.

Після набуття незалежності в Україні відбувся новий етап становлення місцевого самоврядування – поступова відмова від радянської моделі централізованої організації влади та поступове впровадження реформи децентралізації. Питання розвитку та впровадження децентралізаційних процесів в Україні на сьогоднішній день є досить актуальними на рівні всіх адміністративно-територіальних одиниць. Необхідність побудови нової моделі територіальної організації влади та адміністративно-територіального устрою викликані певними причинами, серед яких, перш за все, невпинне нарощування проблем, пов'язаних з недосконалістю адміністративно-територіального устрою. До них можна віднести такі: нестійка макроекономічна ситуація в Україні, зростання бюджетного дефіциту, нерівномірність регіонального розвитку тощо.

Розглядаючи думки деяких науковців, можна зробити висновок, що місцевий бюджет представляє з себе сукупність економічних відносин, які виникають в процесі розподілу та перерозподілу ВВП і національного доходу держави, що дозволяє забезпечити створення фінансової бази місцевих бюджетів для виконання функцій та задач місцевих органів влади для задоволення економічних та соціальних потреб населення [1].

Бюджет територіальної громади є одним із важелів, за допомогою яких проводиться перерозподіл валового внутрішнього продукту, в першу чергу, серед окремих соціальних верств населення та об'єднаних територіальних громад. Таким чином, через перерозподіл ВВП, місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування втілюються певні завдання соціально-економічного розвитку територій. До пріоритетних напрямів, на які спрямовуються кошти місцевих бюджетів, відносяться такі: підвищення рівня доходів населення, покращення якості послуг та забезпечення населення доступним житлом і житлово-комунальними послугами, покращення екологічного стану навколишнього середовища тощо.

Наразі значну долю доходів місцевих бюджетів становлять офіційні трансферти, що знижує, передбачену умовами децентралізації, фінансову незалежність органів місцевого самоврядування. За таких умов одним із пріоритетних напрямів підвищення ефективності та самостійності місцевих бюджетів є досягнення збалансованості між власними коштами місцевих бюджетів та офіційними трансфертами.

Проведений аналіз показав велике значення проведеної реформи децентралізації для підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування, збільшення кола їх повноважень та посилення фінансової самостійності об'єднаних територіальних громад. Проте на сьогодні увагу слід приділити колу розробок основних напрямів розвитку об'єднаних територіальних громад у близькій та довгостроковій перспективі.

До основних напрямів стимулювання їх розвитку слід віднести такі: моніторинг та аналіз ефективності використання фінансових ресурсів і проведення заходів щодо підвищення якості оперативного та перспектив-

ного управління ними. Особливу увагу необхідно приділити попередженню випадків неефективного та нецільового використання таких ресурсів, а також досягнення оптимального балансу між власними коштами місцевих бюджетів та офіційними трансфертами з державного бюджету.

Таким чином, від ефективності та якості побудованої системи мобілізації, розподілу, використання та контролю коштів місцевих бюджетів безпосередньо залежить ефективність функціонування усієї бюджетної системи України та успішна реалізація фінансової політики в цілому. Такий підхід, в свою чергу, сприяє соціально-економічному розвитку країни та гармонізації інтересів держави та адміністративно-територіальних одиниць.

Список використаних джерел

1. Міщенко Л. О. Формування і використання коштів місцевих бюджетів України в умовах децентралізації: теорія і практика. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6074>

2. Иванов С.В., Разумова А.В., Протопопова Н.А. Реформа механизма управления местными бюджетами в Украине – направление и способ решения социально-экономических проблем. «Известия» НАН Азербайджана. 2018. № 6. С. 279–290. URL: http://economics.com.az/images/fotos/heberler_pdf/2018_6/30.IvanovSergey.pdf

3. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>.

ПЕНСІЙНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Держач О. О.,

студентка Волинського національного
університету ім. Лесі Українки

(науковий керівник – **Борисюк О. В.,** к.е.н,

доц. кафедри фінансів

Волинського національного

університету ім. Лесі Українки)

Ефективність державної соціально-економічної політики багато в чому визначається високою результативністю функціонуючих сегментів фінансової системи, в якій одним з ключових елементів виступає пенсійне страхування, що дозволяє забезпечити соціальний захист населення і надати економіці потенційні довгострокові інвестиційні ресурси. Негативні демографічні процеси, недостатність коштів Пенсійного фонду України і збільшення пенсійного віку актуалізують питання пенсійного страхування.

Через дефіцит бюджету Пенсійного фонду України та багатьох неві-
рішених організаційних питань, в Україні функціонують тільки перший та
третій рівні, в той час як введення другого рівня постійно відкладається.
Водночас введення обов'язкової накопичувальної системи має великі пе-
реваги в порівнянні з іншими, де реалізується право кожного громадянина
на формування додаткових пенсійних фондів.

Сучасний стан фінансової стійкості загальнообов'язкового державно-
го пенсійного страхування та можливість введення обов'язкової накопичу-
вальної системи можна оцінити з допомогою аналізу доходів і витрат з
бюджету Пенсійного фонду України. Проаналізуємо динаміку доходів і ви-
датків Пенсійного фонду України упродовж 2018–2020 рр. (табл. 1 і табл. 2).

Таблиця 1

**Динаміка доходів бюджету Пенсійного фонду України
за період 2018–2020 рр., млн грн**

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.
	млрд грн	млрд грн	млрд грн
Доходи ПФУ, всього, з них:	353,9	434,8	466,3
Власні надходження	202,1	241,8	281,8
Частка власних надходжень у доходах ПФУ, %	57,1	55,6	60,4
Кошти Державного бюджету України на фінансове забезпечення виплати пенсій, надбавок та підвищень до пенсій, призначених за пенсійними програмами, та дефіциту коштів Пенсійного фонду України	150,1	181,8	180,7
Частка коштів Державного бюджету в доходах ПФУ, %	42,4	41,8	38,8

Джерело: складено на основі [3].

Доходи Пенсійного фонду складаються із власних надходжень та
дофінансувань з держбюджету. Так, у 2020 році власних коштів було
281,8 млрд. грн, тобто 60,4 %. Загальні доходи становили 466,3 млрд грн. По-
рівняно з 2019 р. сукупні доходи зросли на 31,3 млрд грн, тобто на 7 % [3].

Водночас дофінансування з держбюджету скоротилося на 4,5%, а вла-
сні надходження ПФУ зросли на 16,5 %. Видатки за цей період становили
479,3 млрд. грн. Таким чином, дефіцит ПФУ сягав 13 млрд грн (табл. 2).

**Динаміка видатків бюджету Пенсійного фонду України
за період 2018–2020 рр., млн грн**

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.
	млрд грн	млрд грн	млрд грн
Видатки ПФУ, з них:	358,6	435,9	479,3
за рахунок власних надходжень	259,2	303,1	329,5
за рахунок коштів Державного бюджету України	99,4	121,5	146,2
Дефіциту бюджету Пенсійного фонду	4,7	1,1	13

Джерело: складено на основі [3].

Проаналізувавши доходи та видатки Пенсійного фонду України, можна стверджувати, що видатки перевищують доходи, і це в свою чергу викликає наявність дефіциту бюджету Пенсійного фонду України, який в період з 2018 р. по 2020 р. збільшувався. Лише в 2019 р. можемо спостерігати зменшення дефіциту ПФУ, проте вже у 2020 р. він стрімко зріс.

Отже, аналіз доходів і видатків бюджету Пенсійного фонду показав тенденцію до щорічного зростання надходжень. Проте витрати збільшуються значно швидшими темпами, що призводить до дефіциту бюджету Пенсійного фонду України. Така ситуація зобов'язує проводити докорінні зміни у пенсійному забезпеченні через впровадження нової моделі пенсійної системи, розвиток нових форм пенсійного забезпечення, зокрема накопичувальної системи загальнообов'язкового державного страхування та недержавного пенсійного забезпечення, збільшення доходів населення за рахунок виведення з тіні заробітної плати, створення нових робочих місць.

Список використаних джерел

1. Борисюк О. В., Шемедюк Л. В. Накопичувальне страхування життя: розвиток у контексті пенсійної реформи в Україні. Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. 2014. Вип. 26. С. 284–289.

2. Соціальне страхування : навч. посіб. / за заг. ред. О. П. Кириленко, В. С. Толуб'яка. Тернопіль : Економічна думка, 2016. 516 с.

3. Пенсійний фонд України. URL: <https://www.pfu.gov.ua> (дата звернення: 22.09.2021).

4. Карлін М. І., Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М. І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.

SWOT-АНАЛІЗ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ПІДПРИЄМСТВІ

Пилипенко В. М.,

студентка Національного авіаційного університету

(науковий керівник – **Попик Н. В.,** к.е.н.,

доцент кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки

Національного авіаційного університету)

Проблемою економіки перехідного періоду виявилися теоретичні й прикладні підходи до формування маркетингових планів суб'єктів господарювання. Тому основним завданням підприємства є чіткий розгляд поточної конкурентної позиції на ринку для подальшого прийняття рішень. Один з інструментів, який в цьому допоможе – SWOT-аналіз. Його ключовою метою є визначення стратегій, що утворюють конкретну фірмову модель бізнесу, яка найкращим чином узгодить ресурси та можливості організації з вимогами середовища, в якому працює фірма.

SWOT-аналіз компанії розділяється на такі чотири категорії, що допомагає оцінити її з усіх боків (рис. 1).



Рис. 1. Матриця первинного стратегічного аналізу

Перша категорія являє собою сильні сторони – це якості за допомогою яких можна досягти постійного успіху та підтримувати його. Відповідно наявні слабкі сторони – сфери, в яких бізнес має вдосконалюватися, щоб залишатися конкурентоспроможним: слабкий бренд, вищий за середній оборот, високий рівень боргу, неадекватний ланцюжок поставок або брак капіталу. Третя категорія (можливості) – тенденції або події в зовнішньому середовищі, якими організація може скористатися при плануванні страте-

гій, щоб стати більш прибутковою та отримати конкурентну перевагу. Остання складова SWOT-аналізу – загрози, а саме умови зовнішнього середовища ставлять під загрозу надійність та прибутковість бізнесу організації. Вони поглиблюють вразливість, коли мають відношення до слабких місць. Якщо уникнути їх неможливо, то потрібно хоча б підготуватися, а для цього й потрібен SWOT-аналіз. Щоб створити найбільш точний та ефективний SWOT-аналіз, ми рекомендуємо такі найкращі практики:

1. Заохочуйте відкриту і чесну розмову. Створіть середовище, яке заохочуватиме відвертість.

2. Сприяти співпраці. Розгляньте можливість розбиття великої групи на менші групи по три-чотири співробітники, щоб заохотити обмін ідеями.

3. Голосуйте за звуження ідей. Поставте рейтинг 10 кращих і перелічіть тих, на яких слід зосередитися.

4. Щоб визначити зовнішні фактори, подивіться на конкуренцію. Окрім аналізу PEST, інший спосіб виявлення зовнішніх загроз та можливостей - подивитися на своїх конкурентів.

5. Описуючи внутрішні фактори, будьте конкретними, адже ця специфіка також допоможе вам визначити правильні показники та порівняти свою ефективність з плином часу.

6. Тримайте емоції поза кімнатою. Ця вправа має бути об'єктивною, а не суб'єктивною. Якщо твердження не може бути підкріплено фактами, це не враховується.

7. Спробуйте зробити отриману стратегію «стійкою до погодних умов». Поточні загрози можуть включати можливість більших політичних та економічних потрясінь, але подібні перешкоди, як правило, набагато складніші, ніж ті, які ви бачите у більшості аналізів SWOT.

Отже, SWOT-аналіз — це ефективний інструмент для планування розвитку особистості, який допомагає виявити сильні та слабкі сторони, а також можливості й загрози для бізнесу. Метод відноситься до категорії самоаналізу, але для об'єктивності оцінювання з деяких питань бажано прислухатися до думки свого оточення.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій. Навчальний посібник. Київ, 2005. 301 с.

2. How To Do A SWOT Analysis [with examples]. URL: <https://www.clearpointstrategy.com/swot-analysis-examples/> (дата звернення: 05.10.2021).

3. SWOT Analysis How to Develop a Strategy For Success. URL: https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm (дата звернення: 05.10.2021).

4. Балабанова Л. В. Проблеми маркетингового менеджменту в умовах ринкової економіки України // Торгівля і ринок України. Донецьк: Дон ДУЕТ, 2000. Вип. 10. Т. 1.

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Демчук І. В.,

студентка Волинського національного університету
імені Лесі Українки

Теслюк С. А., к.е.н., доц., ст. викладач кафедри фінансів

Волинського національного університету імені Лесі Українки

В умовах глобалізації та поглиблення інтеграційних процесів для України досить актуальним є питання соціальної відповідальності бізнесу та створення відповідних умов для її розвитку. Соціальна відповідальність підприємств в сучасних умовах стала невід'ємною складовою їх ефективної діяльності. Завдяки корпоративній соціальній відповідальності, бізнес за рахунок підвищення його фінансових можливостей та збільшення нематеріальних активів (репутації, іміджу) стає більш стійким як в економічному, так і соціальному аспектах, що робить формування національної концепції корпоративної соціальної відповідальності пріоритетним напрямом системи корпоративних відносин.

На офіційному сайті Конфедерації роботодавців України можна знайти таке тлумачення: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища [1].

Проаналізувавши КСВ в Україні можна виділити цілу низку проблем, що існують у даній сфері:

– обмежені механізми практичного, а особливо фінансового заохочення КСВ. Єдиним діючим стимулом соціально відповідального бізнесу (СВБ) є можливість для компаній налагодити партнерські відносини із представниками інших секторів, державних органів. Але і цей фактор має обмежену дію;

– відсутність в Україні єдиної стратегії соціально відповідального бізнесу та високого рівня громадянської свідомості;

– вимушений характер СВБ в Україні. Частина підприємців запроваджують КСВ у відповідь на запит влади;

– відсутність прозорих процедур здійснення соціальної політики на всіх рівнях;

– нечітко сформоване розуміння цілей, завдань та механізмів соціальної відповідальності бізнесу. Більшість компаній не мають затверджених кодексів поведінки, місій та етичних правил. Детальна інформація про діяльність компаній залишається приватною і використовується виключно для внутрішнього користування.

На нашу думку, для вирішення наявних проблем КСВ доцільним можна вважати впровадження наступних заходів:

– податкові пільги для компаній, які ведуть соціально відповідальний бізнес, що забезпечить їх фінансовими ресурсами, а також допоможе у взаєморозумінні між суспільством, владою та бізнесом. Наприклад, в США відповідальна соціальна діяльність і добродійність стимулюються певними податковими пільгами, які встановлені на законодавчому рівні для організацій, що працевлаштовують інвалідів, пенсіонерів, молодь і ветеранів. Так, в Сполучених Штатах існують три види податкових пільг, які відшкодовують вартість робочих місць працівників-інвалідів і дозволяють зробити їх доступнішими: щорічне кредитування малого бізнесу з метою зробити його більш доступним для інвалідів; всі підприємства і організації можуть розраховувати на знижки для подолання перешкод різного характеру на робочому місці для осіб-інвалідів; податковий кредит для роботодавців, які працевлаштовують певні групи осіб, тобто молодь, інвалідів, пенсіонерів, ветеранів. Добродійні організації в США також мають податкові пільги, зокрема, вони звільнені від податку на нерухомість і податку з продажів [2, с. 47];

– удосконалення нормативно-правової бази. У багатьох європейських країнах діяльність з охорони навколишнього середовища регламентована законодавчо, встановлена обов'язковість медичного страхування, врегульовано пенсійне забезпечення. А у Великобританії, Італії і Іспанії діють фіскальні та фінансові механізми, котрі стимулюють корпоративну добродійність. Наприклад, «Закон про фіскальне регулювання функціонування неприбуткових організацій» описує механізми податкових пільг і заохочень добродійної діяльності неприбуткових організацій і приватного сектора;

– поширення світового досвіду впровадження КСВ, практик КСВ у ЗМІ, наявність банку соціальних програм або банку ідей для проєктів;

– зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади;

– розробка та введення курсів з КСВ в університетські програми;

– внесення пропозицій місцевої влади щодо програм соціального розвитку регіону та звітування перед державою щодо здійснених програм з соціальної відповідальності.

Отже, незважаючи на те, що зараз в Україні КСВ проявляється більше як меценатство, благодійність та спонсорська допомога, і часто обумовлюється недостатністю коштів підприємств, варто усвідомити, що впровадження корпоративної соціальної відповідальності українськими компаніями повинне принести позитивні результати в оптимізації управлінськими системами вітчизняних підприємств. Насамперед, це допоможе створити системний соціально-економічний ефект у збереженні навколишнього середовища, а також у створенні нових ринків праці в Україні та за її межами. А формування єдиних стандартів соціальної відповідальності бізнесу сприятиме розширенню зовнішньоекономічних зв'язків, створенню сприятливого інвестиційного клімату та зміцненню конкурентоспроможності корпоративних секторів.

Список використаних джерел

1. Корпоративна соціальна відповідальність. Конфедерація роботодавців України: веб-сайт. URL: <http://www.confedu.org/ua/home.html> (дата звернення: 12.10.2021).
2. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ, 2015. 180 с.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В УПРАВЛІННІ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Кузьменко Ю. А.,

студент Новокаховського гуманітарного
інституту Університету «Україна»

(науковий керівник – **Корчагіна В. Г.**, к.е.н.,
доцент кафедри управління та адміністрування

Новокаховського гуманітарного інституту Університету «Україна»)

Новації нормативно-правового забезпечення з бухгалтерського обліку підприємств державного сектора економіки України, які стосуються визначення, нарахування та обліку обов'язкових платежів, податків та зборів дозволяють створити ефективне інформаційне забезпечення з управління податковим навантаженням на розпорядника бюджетних коштів. Визначення умов ефективної адаптації бухгалтерського та податкового обліку таких підприємств до міжнародних стандартів в державному секторі економіки України, сприяють змінам облікового процесу, він стає керованим і гнучким.

Метою модернізації обліку є вдосконалення його системи в державному секторі. Завдання модернізації полягають у переході на єдині методологічні основи бухгалтерського обліку та звітності, у створенні уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення. Ключовими аспектами таких є [1, с. 144]:

- перегляд об'єктів обліку ;
 - створення Єдиного плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі;
 - реформування організаційної системи обліку та звітності.
- Таких змін можна досягти через [2, с. 137]:
- удосконалення системи внутрішнього контролю та аудиту в системі органів казначейства як основного державного розподільчого банку;
 - застосування інформаційних технологій при реформуванні управління державними фінансами;
 - управління людськими ресурсами шляхом застосування важелів керування ризик-менеджментом в сфері державного управління;
 - інтеграція плану рахунків бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів обліку та звітності;
 - оптимізація складу і структури показників фінансової звітності.

У ході визначення напрямів вдосконалення системи національного обліку до міжнародних стандартів на підприємствах державного сектора економіки України через його спрощення можливо запровадити новачі такого змісту, як: об'єднання карток аналітичного обліку і фактичних видатків в одну Книгу, наприклад, Книгу обліку касових і фактичних видатків, що дозволить оперативно виправляти допущені помилки в обліку витрат шляхом проведення щомісячної звірки касових і фактичних витрат і прискорить складання місячної і квартальної звітності. Такі процедури дозволяють уникнути помилок з відображення операцій в бухгалтерському обліку, зменшити кількість часу на проведення аудиту господарської діяльності, оптимізувати витрати пов'язані з наймом робочої сили.

Нормативно-правове забезпечення обліку в установах державного сектора можна умовно поділити на три рівні [2, с. 14]:

– вищий рівень – регулює діяльність усіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності (Конституція України, Бюджетний кодекс України, Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Трудовий кодекс України, Кодекс про адміністративні правопорушення, Податковий кодекс України);

– середній рівень – характеризується нормативним забезпеченням обліку діяльності установ державного сектора економіки (нормативні акти, які визначають методику обліку активів, пасивів та господарських процесів у бюджетних установах);

– нижчий рівень – визначає перелік нормативів, які розроблені та функціонують виключно для забезпечення діяльності конкретної установи (робочі документи, що формують облікову політику в установі, реєстри бухгалтерського обліку, плани робочих рахунків, форми нефінансової звітності).

Впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності для державного сектора (МСФЗ ДС) вимагає узгодження їх нормативів з чинною національною законодавчою базою, а створення законодавчих, організаційних, документальних змін у формах бухгалтерського обліку в тому числі, дозволяє управляти процесом облікових процедур з мінімальними витратами робочого часу і отримувати узагальнені ефекти за результатом запровадження єдиного нормативного поля через взаємодію між трьома рівнями нормативно-правового забезпечення обліку, створювати оптимальне співвідношення з часток міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Корінько М. Д. Бухгалтерський облік: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2020. – 459 с.

2. Сторожук Т. М., Занько Б. М., Колісник О. П. Розвиток бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні: монографія. Ірпінь: УДФСУ, 2021. 256 с. – URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7487/1/7208_IR.pdf

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Чайка Ю. О.,

студент Новокаховського гуманітарного інституту Університету «Україна»

(науковий керівник – **Корчагіна В. Г.**, к.е.н.,

доцент кафедри управління та адміністрування

Новокаховського гуманітарного інституту Університету «Україна»)

Підвищення конкурентоспроможності підприємств державного сектора економіки можливе шляхом запровадження змін в організації оплати праці через використання ефективного міжнародного досвіду.

На підприємствах державного сектора економіки основою організації оплати праці є тарифна система, складовими якої є тарифно-кваліфікаційні характеристики, тарифні розряди, тарифні коефіцієнти, схеми посадових окладів.

При тарифній системі діють дві форми оплати праці: погодинна і відрядна. Сутність погодинної форми оплати праці є її оплата за кількість відпрацьованого часу з урахуванням кваліфікації працівника.

Сутність відрядної форми – це оплата за кількість і якість виробленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг за встановленими розцінками [1].

Заробітна плата при погодинній оплаті визначається згідно з тарифною ставкою і кількістю відпрацьованого часу.

На підприємствах державного сектору економіки застосовуються переважно місячні тарифні ставки, які називають посадовими окладами.

При погодинній формі оплати праці найбільш поширеною є штатно-окладна система, яка передбачає встановлення кожному працівнику місячного окладу (ставки) відповідно до посади, яку він обіймає. Крім того, на розмір посадового окладу впливають і інші фактори.

Погодинні тарифні ставки використовуються для оплати праці нештатних працівників, коли вони залучаються з інших установ або виконують роботу понаднормативну.

Регулює та упорядковує оплату праці працівників установ, закладів та організацій на підприємствах державного сектору економіки а також створює механізм підтримки на постійному рівні оптимальних міжгалузевих та міжпосадових співвідношень Єдина тарифна сітка розрядів і коефіцієнтів з оплати праці [1].

Єдина тарифна сітка розрядів та тарифних коефіцієнтів визначає тарифні розряди для посад і професій на підставі яких визначається посадовий оклад. Ці схеми враховують кваліфікацію працівників відповідно до професій та посад.

Для визначення посадового окладу за цією сіткою кожній професії чи посаді встановлений тарифний розряд і відповідно для кожного тарифного розряду встановлений тарифний коефіцієнт.

Аналіз організації праці таких країн як: Польща, Словенія, Грузія, Литва передбачає можливість застосування досвіду з регулювання виплат працівникам державного сектора економіки в Україні.

Базова оплата та надбавки складають основну частину сукупної винагороди за працю в секторі державного управління Польщі, Словенії, Грузії, Литви. В багатьох референтних країнах існує єдина тарифна система залежно від розрядів/категорій працівників. Щоб визначити тарифи на виконання робіт, передбачених посадами різного рівня в умовах ринкової економіки, їх порівнюють з приватним сектором або визначають їх умовну ціну аналітичним шляхом. Рівні та структура заробітних плат є або предметом переговорів з профспілками у країнах, де профспілкові організації є потужним інструментом захисту інтересів працівників сектора, або визначаються централізовано урядовими спеціалізованими установами [2].

Для збільшення віддачі державних працівників, до заробітної плати введені елементи винагороди, що диференціюються залежно від оцінки результатів роботи працівника (performance-related pay). Більшість референтних країн зменшують частку додаткових та соціальних виплат працівникам з відповідним збільшенням гарантованих. Поширені мотиваційні винагороди залежно від результатів роботи та інтегрованих систем оцінки.

Організація оплати праці розглядається як засіб досягнення цілей організації і як достатня для того, щоб уникнути загрози корупції або участі працівників державного сектора у діяльності, яка є несумісною з виконанням ними публічних обов'язків.

Загальні принципи, які зумовлюють статус працівників державного сектору референтних країн, можуть стати дієвими для України через запровадження відповідної низки змін в правовому полі, адаптацію національної тарифної системи до міжнародних норм і стандартів.

Список використаних джерел

1. Кирильчук М. ЄТС-2022: посадові оклади в бюджетній сфері Електронний журнал «Зарплата та кадри». 2021. URL: https://buh.ligazakon.net/aktualno/10645_ts-2022-posadov-okladi-v-byudzhethny-sferi.

2. Оплата праці працівників державного сектору: міжнародний досвід. Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу. Портал управління знаннями Освітня платформа у сфері професійного навчання державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування URL: <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/Mignarodniy%20dosvid/oplata-pratsi.pdf>

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТВОРЕННЯ HR-БРЕНДА РОБОТОДАВЦЯ

Розумейко А. А.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Останнім часом глобалізація суттєво вплинула на рівень конкуренції, який спостерігається на ринку праці. Для підвищення своєї конкурентоспроможності компанії будують свою діяльність на засадах соціальної відповідальності [1], яку «... доцільно розглядати як інститут сталого розвитку економіки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [3].

Досвід компаній, які здійснюють свою діяльність на засадах соціальної відповідальності бізнесу, свідчить необхідність створення HR-бренда компанії – тобто «... формування образу компанії як роботодавця в очах наявних та потенційних працівників, місцевої громади та суспільства в цілому» [1].

Питання створення бренду роботодавця розглянуті в працях таких вчених, як В. Г. Балан, К. В. Білокриницька, І. О. Волобоева, І. В. Гонтарева, М. В. Джулай, В. Ф. Оберемчук, О. В. Хитра, С. О. Цимбалюк, К. Ю. Юрченко та інших українських науковців. Але детальний аналіз напрямів створення HR-бренда роботодавця у вітчизняних наукових публікаціях практично відсутній, що обумовлює актуальність та своєчасність обраної теми дослідження.

На основі критичного огляду наукових джерел було встановлено, що формування HR-бренду роботодавця може здійснюватися у двох основних напрямках:

- **зовнішньому** (створення в громаді позитивного іміджу роботодавця);
- **внутрішньому** (підвищення вмотивованості існуючого штату працівників компанії, а також формування в колективі необхідних умов для існування взаємних поваги та довіри) (рис. 1).

Сьогодні підприємства при формуванні HR-бренда частіше визначають в якості пріоритетного зовнішнє спрямування, створюючи на ринку праці уявлення про власну привабливість, тобто по новому впливають на ключових стейкхолдерів.

Але, на наш погляд, більш доцільним та ефективним є внутрішнє спрямування, яке повинно діяти всередині компанії, що має забезпечувати її конкурентоспроможність через зростання продуктивності праці задоволених роботою існуючих в штаті працівників.

Як показує досвід соціально відповідальних компаній світ, оптимальнішою є стратегія розвитку бренду роботодавця одночасно в обох напрямках.



Рис. 1. Напрями побудови HR-бренда компанії

Джерело: [2, с. 226].

Вважаємо, що побудова HR-бренда компанії потребує «... переорієнтування підприємств з реалізації виключно фінансових цілей, пов’язаних з максимізацією прибутку, на задоволення багатьох суспільно важливих потреб, в тому числі підтримку прозорих механізмів ведення бізнесу, боротьбу з корупцією, захист прав працівників, споживачів, постачальників і партнерів, а також підтримку екологічних та етичних стандартів ведення підприємницької діяльності» [4, с. 187]. Перспективами подальших досліджень є розробка методики оцінки ефективності HR-бренду компанії.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко М. І. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК: міжнародний науково-виробничий журнал, 2021. № 5. С. 17–29.
2. Грицаєнко М. І. Формування HR-бренду компанії як фактор впливу на її соціальний капітал. Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої, присвячена пам’яті професора Г. П. Жемели : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Полтава, 30 верес. 2021). Полтава : ПДАУ, 2021. С. 225–229.
3. Грицаєнко М. І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. Вип. 7–8 (280–281). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>
4. Грицаєнко М. Інвестиції в соціальний капітал як інструмент реалізації соціальної відповідальності бізнесу. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk. European institute of further education, Podhájska, 2021. Chapter II. С. 187–188.

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Литвинов Р. А.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Сьогодні особливої актуальності набувають питання соціального по-
водження бізнесу. Вважаємо, що для імплементації його принципів у влас-
ну діяльність підприємствам необхідно звернутися до сутності поняття
«соціальні інвестиції», тому що вони є безпосереднім механізмом здійс-
нення соціальної відповідальності. Підтримуємо думку, що «... соціальну
відповідальність доцільно розглядати як інститут сталого розвитку еконо-
міки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних
норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [3]. При-
 цьому «... сьогодні одним з головних чинників формування соціального та
людського капіталу, а також розвитку економіки в цілому стають соціальні
інвестиції» [1, с. 191].

Питання соціальних інвестицій розкривали в наукових працях такі
вчені, як У. Я. Витвицька, В. В. Гурочкіна, І. Я. Іпполітова, М. В. Колес-
ник, М. Ф. Кропивко, О. В. Майстренко, О. В. Музиченко, Н. М. Солопун
та інші дослідники. Разом з тим залишаються невирішеними проблеми ролі
соціальних інвестицій у запровадженні соціальної відповідальності бізне-
су, чим обумовлюється актуальність теми дослідження.

Головними об'єктами соціально-економічної відповідальності бізнесу
є стейкхолдери, до яких доцільно віднести акціонерів, інвесторів, праців-
ників підприємства, місцеву громаду, державні органи влади, партнерів по
бізнесу, споживачів продукції (робіт, послуг), масові громадські організа-
ції тощо. При цьому соціальні інвестиції виконують стратегічні функції
підприємства, що мають приносити взаємні вигоди всім зацікавленим сто-
ронам. Особливої пріоритетності соціальні інвестиції набувають в аграр-
ному секторі економіки, в якому спостерігається тісний зв'язок інтересів
агробізнесу та мешканців сільських територій.

Розглянутий нами досвід агрохолдингів, які функціонують на зовніш-
ньому та внутрішньому ринках, свідчить про те, що їхні соціальні інвести-
ції за допомогою партнерських соціально орієнтованих проєктів об'єднують
інтереси бізнесу, місцевої влади і некомерційних організацій.

В країнах Європи соціальні інвестиції регулюються державою на ос-
нові нормативних та законодавчих актів, що є особливістю європейської
моделі соціальної відповідальності бізнесу. Діяльність підприємств у від-

повідності до європейської моделі напряму пов'язана з вирішенням бізнес-завдань та є складовою частиною інвестиційної стратегії.

Реалізацію соціального інвестування було розглянуто на основі відповідної діяльності вітчизняного агрохолдингу (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка соціальних інвестицій в ASTARTA Holding N.V.

Показники	2017	2018	2019	2020	2020 до 2017, %
Соціальні інвестиції, усього, тис. євро	1333	1403	1154	1600	120,0
в т. ч.:					
інфраструктура та благоустрій	237	360	280	192	81,0
освіта	413	277	243	96	23,2
культура та спорт	218	160	135	80	36,7
охорона здоров'я	150	45	53	896	597,3
інше	316	560	443	336	106,3

Джерело: сформовано на основі [2].

У 2020 році порівняно з 2017 роком в ASTARTA Holding N.V. середньооблікова чисельність працівників зменшилась на 45,4 % до 5027 осіб, але витрати на їхнє навчання скоротилися лише на 28,6 % і становили в 2020 році 100 тис. євро.

В той же час соціальні інвестиції агрохолдингу збільшилися на 20,0 %, хоча соціальні інвестиції в освіту, а також культуру і спорт, навпаки, зменшилися на 76,8 % і 63,3 % відповідно. Соціальні інвестиції в охорону здоров'я внаслідок пандемії COVID-19 збільшилися майже в шість разів – до 896 тис. євро.

Вважаємо, що зростання кількості соціально відповідальних інвесторів у майбутньому повинно позитивно вплинути на ефективність інвестиційного бізнесу, що сприятиме забезпеченню позитивних змін в економіці через збільшення розмірів інвестицій в соціально орієнтовані галузі, а також підприємства, що розробляють та впроваджують інноваційні технології, захищають довкілля тощо.

Безумовно, без розробки та впровадження механізму встановлення балансу інтересів між бізнесом і суспільством існує загроза репутації компанії, яка пов'язана з незадоволеними очікуваннями стейкхолдерів. Це обґрунтовує перспективність подальших досліджень у напрямі виявлення форм та оптимального співвідношення видів соціальних інвестицій.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко Г., Грицаєнко М. Соціальні інвестиції в соціальний капітал. Бізнес Інформ. 2018. № 1. С. 188–194.
2. Грицаєнко М. І. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імplementації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК: міжнародний науково-виробничий журнал, 2021. №5. С. 17–29.
3. Грицаєнко М. І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. Вип. 7–8 (280–281). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Клушевський С. С.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко М. І.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Таврійського державного агротехнологічного університету

імені Дмитра Моторного)

Сучасний стан інвестиційної діяльності підприємств різних сфер діяльності в Україні залишається незадовільним, що заважає їм господарювати ефективно.

Проблеми інвестиційної діяльності досліджувались у наукових творах багатьох учених, в тому числі І. Бланка, І. Гайдая, О. І. Гуторова, С. Заїки, Г. М. Калетніка, О. В. Кочеткова, Ю. Лупенка, С. Мочерного, Ю. О. Тараріко, А. Юдіна та ін. Але прикладні питання активізації інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств досі залишаються недопрацьованими, що обумовлює актуальність та своєчасність порушеної теми дослідження.

Пошук шляхів активізації інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств доцільно починати з аналізу інвестиційної привабливості національної економіки в цілому, тому що «... аналіз інвестиційної привабливості національної економіки є основою виявлення та розробки шляхів подолання недоліків у діяльності на мікро-, мезо- та макрорівнях, покращення можливості залучення інвестиційних ресурсів у пріоритетні галузі економіки, а також фундаментом побудови інвестиційної політики країни в цілому» [3, с. 81].

Інвестиційна привабливість національної економіки може бути визначена за обсягами капітальних інвестицій (табл. 1).

У 2020 р. у порівнянні з 2017 р. обсяг капітальних інвестицій в цілому по Україні зріс на 13,3 % до 508,2 млрд. грн. Найбільші темпи росту капітальних інвестицій спостерігались в інженерні споруди (162,9 %), інші матеріальні активи (159,8 %) та інвестиції в нематеріальні активи (151,6 %).

Але капітальні інвестиції в житлові будівлі та транспортні засоби навпаки, зменшувались (темпи росту становили 65,4 та 83,3 % відповідно). Ці показники свідчать про недостатню інвестиційну діяльність в Україні.

Останнім часом багато уваги приділяється сталому розвитку, тому інвестиційна діяльність національної економіки повинна бути орієнтована на нього, тобто задовільняє економічні, соціальні та екологічні інтереси суспільства. Саме тому окремої уваги заслуговує проблема покращення енергоефективності в Україні, для якої «... необхідні суттєві інвестиції в збільшення внутрішнього видобутку нафти і газу, а також розвитку потенціалу відновлюваної енергії, активізації заходів стосовно максимального збільшення ефективності використання та збереження енергії на всіх рівнях національної економіки» [1, с. 12].

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за видами активів у 2017–2020 рр., млн грн

	2017	2018	2019	2020	2020 у % до 2017
Усього	448461,5	578726,4	623978,9	508217,0	113,3
інвестиції в матеріальні активи	432039,5	542335,1	600568,1	483323,9	111,9
будівлі житлові	53371,8	57395,9	58014,9	34885,7	65,4
будівлі нежитлові	65605,2	88846,1	100468,0	78920,1	120,3
інженерні споруди	78563,5	111314,8	149153,5	127995,4	162,9
машини, обладнання та інвентар	154721,7	187650,4	198455,3	161636,6	104,5
транспортні засоби	60123,9	73926,2	65870,8	50074,6	83,3
земля	1994,0	1673,1	2230,0	2298,5	115,3
довгострокові біологічні активи рослинництва та тваринництва	3727,9	4528,3	5999,8	5247,4	140,8
інші матеріальні активи	13931,5	17000,3	20375,8	22265,7	159,8
інвестиції в нематеріальні активи	16422,0	36391,3	23410,8	24893,1	151,6
з них					
програмне забезпечення та бази даних	8196,4	9476,4	10215,3	12411,1	151,4

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

Вважаємо, що «в сучасних умовах, які характеризуються вкрай недостатнім рівнем фінансових можливостей переважної більшості не тільки підприємств та організацій, але й регіонів та сфер економічної діяльності країни, існує нагальна потреба в пошуку нових джерел фінансування природоохоронних заходів, серед яких необхідно виділити «зелені» облигації та «зелені» кредити для бізнесу» [2, с. 10–11]. Перспективами подальших досліджень є пошук шляхів збільшення власних джерел фінансування інвестицій.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко І. М. Системний аналіз інвестицій в енергоефективність національної економіки. Науковий вісник ТДАТУ. Мелітополь: ТДАТУ, 2021. Вип. 11, том 1. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tsst/wp-content/uploads/sites/6/naukovyj-visnyk-tdatu-2021-vypusk-11-tom-1.pdf>. DOI: 10.31388/2220-8674-2021-1-9.

2. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Екологічні інвестиції як пріоритетний напрямок розвитку аграрної сфери економіки. Науковий вісник ТДАТУ. Мелітополь: ТДАТУ, 2021. Вип. 11, том 1. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tsst/wp-content/uploads/sites/6/naukovyj-visnyk-tdatu-2021-vypusk-11-tom-1.pdf>. DOI: 10.31388/2220-8674-2021-1-12.

3. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Інвестиційна привабливість України. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. Vol. 3. №. 1. P. 80–93.

МЕХАНІЗМ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Довгаль В. О.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко М. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Розвиток вітчизняної економіки залежить від збільшення обсягів виробництва і експорту сільськогосподарської продукції. Його потенціал у прямій залежності від впровадження нової техніки і технологій виробництва та переробки продукції, що дозволить значно збільшити обсяги виробництва та реалізації аграрної продукції з високою доданою вартістю.

Теоретичні основи інвестиційної діяльності розглянуті в працях вітчизняних науковців, таких як І. Більський, В. Блохіна, І. Гончарук, О. І. Гуторов, В. Жук, М. Кісіль, Д. Крисанов, Т. В. Мацибора, Н. Поліщук, Л. Сатир, Ю. В. Хорошун, О. Шпикуляк та багатьох інших. Але багато аспектів інвестування аграрного підприємництва є недопрацьованими, що обумовлює актуальність та мету обраної теми дослідження.

Для аналізу основних тенденції інвестицій в сільському господарстві розглянуто обсяги капітальних інвестицій за 2010–2019 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

**Капітальні інвестиції в сільське господарство України
за 2010–2019 рр., тис. грн**

Рік	Капітальні інвестиції, усього	У тому числі							
		капітальні інвестиції у матеріальні активи	з них				капітальні інвестиції у нематеріальні активи	з них	
			у землю	в існуючі будівлі та споруди	у будівництво та перебудову будівель	у машини та обладнання		у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки й аналогічні права	у придбання програмного забезпечення
2010	10264898	10213291	40923	402473	2260064	6067372	51607	22133	8631
2011	16203700	16082661	35721	540554	3572061	10415767	121039	6408	18716
2012	18895885	18835264	47483	398496	4745086	11656296	60621	14669	17558
2013	18513724	18180210	19782	349788	3851043	11535746	333514	7889	12563
2014	18175515	18106866	86972	329025	4011595	11668847	68649	8762	22659
2015	28983114	28813268	51658	986240	5558539	19324763	169846	3823	22622
2016	49497718	49231555	95392	572194	7452890	37676540	266163	2498	34557
2017	63262939	62664514	152568	400210	9648129	48433030	598425	10783	49632
2018	65559593	64252982	192955	2162597	12152795	44844023	1306611	5226	56493
2019	59332931	57936339	316584	1085572	11988236	37537085	1396592	41170	38298
2019 у % до 2010	578,0	567,3	773,6	269,7	530,4	618,7	2706,2	186,0	443,7

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України.

Розмір капітальних інвестицій в сільському господарстві України в 2019 р. порівняно з 2010 р. збільшилися в 5,8 разів і становили 59,3 млрд грн. В той же час капітальні інвестиції у матеріальні активи збільшилися відповідно в 5,7 разів і становили 57,9 млрд грн, у т. ч. у землю в 7,7 разів и становили 316,6 млн грн, в існуючі будівлі і споруди в 2,7 рази і становили 1,1 млрд. грн., в будівництво та перебудову будівель в 5,3 рази і становили 1,2 млрд. грн., у машини і обладнання в 6,2 рази і становили 3,8 млрд. грн. Якщо розглядати обсяги капітальних інвестицій в доларовому еквіваленті, то в 2019 р. порівняно з 2010 р. вони в цілому збільшились лише на 75 %. Тобто можна зробити висновок про недостатню інвестиційну активність вітчизняного аграрного сектору економіки.

Пріоритетним напрямком інвестиційної діяльності в аграрному виробництві є вкладання в його технічне озброєння. На жаль, «... навантаження на сільськогосподарську техніку в Україні ... в рази перевищує відповідні показники розвинених країн, що перешкоджає виконанню необхідних технологічних операцій у встановлені строки і призводить до втрати врожаю» [2, с. 55], що є свідченням недостатнього обсягу інвестування у технічне оновлення та переозброєння аграрного виробництва.

В той же час необхідно відмітити, що «... аналіз ринку сільськогосподарської техніки показує, що сільськогосподарські виробники переважно звертаються до вторинного ринку (вживаних автомобілів) та ринку відновлення техніки» [1, с. 35], що є наслідком нестачі власних коштів. Підтримуємо пропозицію «... як ефективне зовнішнє джерело фінансування інвестицій у технічне забезпечення сільського господарства ... більш широко використовувати фінансовий лізинг» [3, с. 199].

Вважаємо, що проблеми інвестиційного забезпечення аграрного виробництва є комплексними, тому для їхнього вирішення необхідно залучати всі механізми покращення його інвестиційної привабливості, пом'якшення інвестиційних ризиків, а також збільшення обсягів власних джерел фінансування інвестицій за рахунок підвищення прибутковості аграрного виробництва.

Список використаних джерел

1. Hrytsaienko H., Hrytsaienko I., Bondar A. and Zhuravel D. Mechanism for the Maintenance of Investment in Agriculture. Modern Development Paths of Agricultural Production. 2019. P. 29–40.

2. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко І. М. Інвестиції в технічне забезпечення аграрного виробництва. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 12. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/14.pdf>

3. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко І.М. Технічне оснащення як пріоритетний напрям інвестування аграрного виробництва. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 9. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>

ІНТЕГРАЛЬНИЙ ІНДИКАТОР СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Грицаєнко М. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Соціальну активність підприємницької діяльності доцільно розглядати з позицій соціальної відповідальності бізнесу, яка створює особливі відносини довіри між державою, клієнтами, існуючими та потенційними працівниками, інвесторами. На підставі критичного огляду літературних джерел сформульовано авторський погляд на соціальну відповідальність бізнесу «... як інститут сталого розвитку економіки на основі закріплення законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [3].

Наразі немає єдиного теоретико-методичного підходу до вимірювання рівня соціальної відповідальності бізнесу, який потрібний для визначення шляхів її вдосконалення, що обумовлює актуальність та завдання дослідження.

Всесвітня аналітична організація 3BL Media з 2009 р. на основі відкритих даних нефінансових звітів, які оприлюднюються на офіційних сайтах, розраховує рейтинги провідних компаній світу за інтегральним показником, який відображає відношення в трудовому колективі, зусилля компанії в напрямку охорони навколишнього середовища, заходи протидії зміні клімату, підтримку місцевих громад, захист прав людини, ефективність заходів соціальної відповідальності, корпоративне управління, а також фінансові результати [1]. Два роки поспіль очолює рейтинг компанія Owens Corning. За 2009–2020 рр. до рейтингу щорічно попадали 19 компаній: 3M, Abbott, Accenture, Baxter, Bristol Myers-Squibb, Cisco, Colgate-Palmolive, Eaton, General Mills, Hess, IBM, Johnson Controls, Intel, Microsoft, Nike, PepsiCo, Gap, Weyerhaeuser та Xerox [1]. Вважаємо доцільним вивчати їхній досвід.

Якщо розглядати соціальну відповідальність бізнесу з точки зору інституціоналізму, для об'єктивного та всебічного її вимірювання необхідно використовувати індикатори. Пропонуємо використовувати методику визначення інтегрального індикатору соціальної відповідальності бізнесу [5], але з додаванням у розрахунки індикатори змін податків / зборів до бюджету, а також соціальних інвестицій [3]:

$$I_{c.v.} = I_{v.p.} \times I_{п.} \times I_{ч.п.} \times I_{з.п.} \times I_{c.i.} \quad (1)$$

де $I_{c.v.}$ – інтегральний індикатор соціальної відповідальності бізнесу;

$I_{v.p.}$ – індикатор зміни валового прибутку;

$I_{п.}$ – індикатор зміни податків/зборів до бюджету;

$I_{ч.п.}$ – індикатор зміни чисельності працівників;

$I_{з.п.}$ – індикатор зміни середньої заробітної плати;

$I_{c.i.}$ – індикатор зміни соціальних інвестицій.

Підкреслюємо необхідність врахування соціальних інвестицій підприємства, які «... впливають на їхню ефективну діяльність за рахунок зростання продуктивності праці (через збільшення людського капіталу) та зниження трансакційних витрат (шляхом розвитку соціального капіталу)» [2, с. 191].

Нами були проведені розрахунки відповідних інтегральних індикаторів соціальної відповідальності бізнесу агрохолдингів, які функціонують на вітчизняному ринку. За 2017–2020 рр. найбільше значення інтегрального індикатору соціальної відповідальності бізнесу було зафіксовано в Агроіндустріальному холдингу «МХП» у 2018 р. – 5,35. В цьому році соціальні інвестиції порівняно з 2017 р. збільшилися більше, ніж в три рази. В ASTARTA Holding N.V. цей індикатор за 2017-2020 рр. найвищого розміру досягнув у 2020 р. – 2,49. При цьому 2019 р. виявився найгіршим для обох агрохолдингів – інтегральні індикатори соціальної відповідальності бізнесу становили відповідно 0,47 у ASTARTA Holding N.V. та 1,25 в Агроіндустріального холдингу «МХП». Середнє за 2017–2020 рр. значення індикатора

соціальної відповідальності бізнесу Агроіндустріального холдингу «МХП» (2,63) суттєво перевищувало аналогічний показник ASTARTA Holding N.V. (1,26), що в цілому відповідає висновкам, зробленим на основі аналізу основних показників нефінансових звітів компаній.

Вважаємо доцільним застосування скоригованої методики вимірювання соціальної відповідальності бізнесу для порівняння та подальшого вдосконалення відповідної діяльності підприємств різних сфер діяльності. Наголошуємо, що бізнес «... змушений прийняти на себе значну частину соціально-орієнтованих витрат, оскільки його власний розвиток напряму залежить від кваліфікації та інноваційних можливостей персоналу, а також наявності в нього особливих зв'язків – соціального капіталу» [4], тому перспективами подальших досліджень соціальної відповідальності бізнесу є питання вимірювання соціального капіталу.

Список використаних джерел

1. 100 Best Corporate Citizens of 2021. 3BL Media : website. URL: <https://100best.3blmedia.com/>.
2. Грицаєнко Г., Грицаєнко М. Соціальні інвестиції в соціальний капітал. Бізнес Інформ. 2018. № 1. С. 188-194.
3. Грицаєнко М. І. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК: міжнародний науково-виробничий журнал, 2021. №5. С. 17-29.
4. Грицаєнко М. І. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковий вісник ОНЕУ. 2021. Вип. 7-8 (280-281). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>.
5. Малік М. Й., Мамчур В. А., Шпикуляк О. Г. Інституціональне середовище та формування соціальної відповідальності аграрних підприємств. Економіка АПК. 2017. № 12. С. 5–13.

ДОСВІД ВІТЧИЗНЯНИХ АГРОХОЛДИНГІВ У ВПРОВАДЖЕННІ ЗАСАД СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Гриняк Д. Г.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Таврійського державного агротехнологічного університету

імені Дмитра Моторного)

Конкурентні переваги аграрного підприємництва залежать не тільки від ефективності функціонування, але й від механізмів, які застосовуються для управління ним. Останні роки стає більш актуальним зв'язок підприємництва, влади і суспільства, який потрібен для узгодження взаємних інтересів через соціальну відповідальність бізнесу. Наголошуємо, що «... формування соціальної відповідальності тісним чином пов'язане

з економічним механізмом реалізації соціального капіталу підприємства, який визначає суспільні інтереси зацікавлених сторін від імплементації її принципів, а також обумовлює способи залучення необхідних для цього ресурсів» [3].

Проблеми соціальної відповідальності бізнесу досліджувались такими науковцями, як Т. Антошко, Т. В. Воронько-Невіднича, О. Гусева, М. Дейч, В. М. Романюк, М. Сухотеріна, С. Філіпова, М. О.Чупріна та багатьма іншими. В той же час питання соціальної відповідальності агробізнесу недостатньо опрацьовані, що може бути певними перешкодами у розвитку її основних напрямів, що обумовлює доцільність та своєчасність обраної теми дослідження.

Компанії, які впроваджують засади соціальної відповідальності бізнесу, отримують ряд переваг, в тому числі:

- створення позитивного зовнішнього іміджу компанії;
- покращання інвестиційної привабливості підприємства;
- поліпшення взаємодії із громадами та місцевою владою;
- підвищення мотивації та продуктивності праці працівників;
- ріст обсягів продажу продукції (робіт, послуг) та ринкової частки.

Досвід провідних вітчизняних агрохолдингів свідчить про те, що засади соціальної відповідальності бізнесу вже знаходять своє впровадження у систему управління ними (табл. 1). Так, у 2020 році в Агроіндустріальному холдингу «МХП» кількість працівників порівняно з 2017 роком скоротилася на 3 %, але кількість годин навчання з охорони праці, а також витрати на охорону праці навпаки зросли на 35,9 % та 25 % відповідно. Обсяг сплачених податків і зборів виріс на 64,5 %; соціальних інвестицій – більш, ніж в три рази; використання відновлюваних матеріалів – на 3,3 % відповідно. Агрохолдинг для потреб громади в 2020 році виробив біогазу, електричної та теплової енергії майже втричі більше, ніж у 2017 році.

Безумовно, впровадження засад соціальної відповідальності бізнесу напряму залежить від наявних соціального та людського капіталу. В свою чергу, «... сьогодні одним з головних чинників формування соціального та людського капіталу, а також розвитку економіки в цілому стають соціальні інвестиції» [1, с. 191].

Головним інструментом надання стейкхолдерам інформації про ефективність соціально відповідального поведіння бізнесу є нефінансова звітність, яка дозволяє всебічно оцінити діяльність компанії, включаючи питання соціального та екологічного напрямів, що сприяє покращенню зовнішнього іміджу та ділової репутації компанії. На жаль, стан впровадження нефінансової звітності в Україні, особливо в аграрній сфері діяльності, знаходиться на етапі початку розвитку, хоча, безумовно, має значний невикористаний потенціал, про що свідчить невисока частка компаній, які публікують ці звіти.

**Показники соціальної відповідальності бізнесу компанії
«Агроіндустріальний холдинг «МХП» за 2017–2020 рр.**

Показники	2017	2018	2019	2020	2020 до 2017, %
Чисельність працівників, осіб	27589	28703	27731	26766	97,0
Навчання з охорони праці, годин	1202	1752	1507	1633	135,9
Кількість працівників, які беруть участь у навчанні з охорони праці, осіб	10401	8453	11072	9783	94,1
Витрати на охорону праці, млн дол. США	1,966	2,121	2,323	2,457	125,0
Сплачені податки, млрд грн	1,83	2,04	2,44	3,01	164,5
Соціальні інвестиції, млн. грн.	66	203	198	202	306,1
Використання відновлених матеріалів, %	90	90	92	93	103,3
Виробництво біогазу, МВт	93550,6	109631,4	91585,3	272039,0	290,8
Виробництво електроенергії, МВт	38256,7	44948,9	37550,0	111536,0	291,5
Виробництво теплоенергії, МВт	39256,7	45998,6	38465,8	114202,0	290,9

Джерело: сформовано на основі [2].

Таким чином, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що, в механізм управління вітчизняних аграрних підприємств поступово впроваджуються засади соціальної відповідальності бізнесу. Для активізації процесів їх розповсюдження необхідні ефективна взаємодія державних органів, представників агробізнесу та безпосередньо споживачів сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Соціальні інвестиції в соціальний капітал. Бізнес Інформ. 2018. № 1. С. 188–194.
2. Грицаєнко М. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК. 2021. № 5. С. 17–29.
3. Грицаєнко М. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковий вісник ОНЕУ. 2021. № 6–7 (284–285). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У НЕФІНАНСОВИХ ЗВІТАХ

Гасан В. Д.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Механізмом забезпечення поступового розвитку національної економіки може бути імплементація основ соціальної відповідальності бізнесу, яку «... доцільно розглядати як інститут сталого розвитку економіки, який функціонує завдяки закріпленню законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [2], а також запровадження нефінансової звітності підприємств.

Питання запровадження нефінансової звітності підприємств у наукових працях розвивали такі вчені, як Аграмакова Н. В., Байрактар Ю. П., Безверхий К., Герасименко О., Король С., Матвєєв В. В., Орлова Н. С., Проданчук М. А., Сулима М. О. та багато інших дослідників. Однак залишаються недопрацьованими питання формування нефінансових звітів з орієнтацією на сталий розвиток, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Офіційно оприлюднені нефінансові звіти підприємств різних країн свідчать про те, що соціальна відповідальність бізнесу починає впроваджуватися в практичну діяльність (табл. 1).

Серед країн – колишніх республік СРСР – у 2016–2020 рр. Україна за кількістю підприємств, які оприлюднили нефінансові звіти на власних офіційних сайтах, посідає друге місце. Однак порівняно з розвинутими країнами Європи та світу в нашій державі ця діяльність не має достатнього розповсюдження.

**Кількість офіційно поданих нефінансових звітів підприємств
у країнах – колишніх республіках СРСР за 2016–2020 рр.**

Країна	Кількість компаній, які подали звіти за 2016–2020 рр.	Кількість звітів за 2016–2020 рр.	2016	2017	2018	2019	2020
Росія	105	798	67	76	67	71	66
Україна	23	115	9	14	10	10	9
Литва	17	99	9	9	11	12	9
Естонія	14	132	10	11	14	12	12
Казахстан	11	76	10	10	7	6	7
Латвія	11	52	3	4	8	8	8
Грузія	4	25	1	1	0	1	3
Молдова	3	18	1	2	1	1	0
Азербайджан	3	32	3	2	3	2	1
Узбекистан	2	2	0	0	0	0	0
Білорусь	2	14	2	0	2	1	3
Киргизстан	1	9	1	1	1	1	1
Туркменістан	0	0	0	0	0	0	0
Таджикистан	0	0	0	0	0	0	0
Вірменія	0	0	0	0	0	0	0

Джерело: сформовано за даними [2].

Нами були проаналізовані нефінансові звіти ASTARTA Holding N.V. (табл. 2). У 2020 р. порівняно з 2017 р. чисельність працівників зменшилась на 45,4%, хоча витрати на навчання скоротилися лише на 28,6 %. За цей період обсяги сплачених податків і зборів до бюджету, а також соціальні інвестиції збільшилися на 10,4 % та 20,0 % відповідно.

У 2020 р. порівняно з 2017 р. розмір соціальних інвестицій агрохолдингу в охорону здоров'я збільшилися в 5,97 разів. Підтримуємо думку, що «... соціальні інвестиції підприємства впливають на їхню ефективну діяльність за рахунок зростання продуктивності праці (через збільшення людського капіталу) та зниження трансакційних витрат (шляхом розвитку соціального капіталу)» [3, с. 191].

**Показники нефінансових звітів ASTARTA Holding N.V.
за 2017–2020 рр.**

Показники	2017	2018	2019	2020	2020 до 2017, %
Чисельність працівників, осіб	9203	7041	5470	5027	54,6
Витрати на навчання, млн. євро	0,14	0,16	0,17	0,10	71,4
Сплачено податків/зборів до бюджету, млн грн	1317	1607	1024	1454	110,4
Соціальні інвестиції, всього, тис. євро	1333	1403	1154	1600	120,0
в т. ч.:					
інфраструктура та благоустрій	237	360	280	192	81,0
освіта	413	277	243	96	23,2
культура та спорт	218	160	135	80	36,7
охорона здоров'я	150	45	53	896	597,3
інше	316	560	443	336	106,3

Перспективними напрямками подальших досліджень вважаємо розробку алгоритму побудови нефінансового звіту компанії у відповідності до індикаторів та розділів стандарту GRI.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко М. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК. 2021. № 5. С. 17–29.

2. Грицаєнко М. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2021. № 6–7 (284–285). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>

3. Грицаєнко Г.І., Грицаєнко М.І. Соціальні інвестиції в соціальний капітал. Бізнес Інформ. 2018. № 1. С. 188–194.

**МЕХАНІЗМ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТУВАННЯ
ТЕХНІЧНОГО ОЗБРОЄННЯ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ**

Гайдукова Н. В.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко М. І.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Таврійського державного агротехнологічного університету

імені Дмитра Моторного)

Вітчизняне аграрне виробництво потребує сучасного технічного озброєння, для чого необхідні суттєві інвестиції, що обумовлює актуальність та своєчасність обраної теми дослідження. Погоджуємося, що «...

основою для подолання кризових явищ в аграрній сфері, розвитку ринкових відносин, забезпечення продовольчої безпеки країни є всебічна інтенсифікація сільського господарства, яка неможлива без адекватного розвитку матеріально-технічної бази та ефективних інвестицій у технічне забезпечення аграрного виробництва» [2, с. 53].

Аналіз сучасного стану наявності та використання сільськогосподарської техніки в Україні свідчить про недоліки у її стані та активності оновлення. В той же час «... недостатня забезпеченість аграрного виробництва сільськогосподарською технікою призводить до того, що навантаження на неї в Україні ... в рази перевищує відповідні показники розвинених країн, що заважає виконанню необхідних технологічних операцій у встановлені строки і призводить до значних утрат урожаю» [3, с. 195].

Для покращання технічного забезпечення необхідні значні обсяги інвестицій, тому було проаналізовано капітальні інвестиції в аграрній сфері за видами активів у 2020 р. (табл. 1).

Розмір капітальних інвестицій у сільське, лісове та рибне господарство в 2020 р. склали 36,4 млрд грн, що становило 8,7 % від загального обсягу інвестицій вітчизняної економіки. Капітальні інвестиції у сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг склали 36 млрд грн, що становить 8,6 % від загальних в Україні.

У 2020 р. капітальні інвестиції на вирощування однорічних і дворічних культур становили 76,9 % від капітальних інвестицій у сільське, лісове та рибне господарство, багаторічних культур – 1,6 %, на тваринництво – 17,2 % відповідно.

Капітальні інвестиції у технічне озброєння сільськогосподарських товаровиробників, які включають інженерні споруди, машини, обладнання та інвентар, а також транспортні засоби, в 2020 р. розподілялись наступним чином: у сільському, лісовому та рибному господарстві – 67,8 % від загального розміру капітальних інвестицій країни; у сільському господарстві, мисливстві та наданні пов'язаних із ними послуг – 67,8 %; у вирощуванні однорічних і дворічних культур 75,9 %, багаторічних культур 30,4 %, у тваринництві 31,9 % відповідно.

Аграрні підприємства для фінансування інвестиційної діяльності використовують в першу чергу власний капітал.

Саме тому необхідно «... підвищити прибутковість виробництва шляхом покращання організації виробництва, мотивації оплати праці та праці, логістики, маркетингу, використання інноваційних технологій тощо» [1, с. 36].

**Капітальні інвестиції аграрної сфери за видами активів у 2020 р.,
млн грн**

Види активів	Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	Вирощування однорічних і дворічних культур	Вирощування багаторічних культур	Тваринництво	Змішане сільське господарство	Допоміжна діяльність у сільському господарстві та післяурожайна діяльність
Обсяг капітальних інвестицій	35998,2	28030,6	576,9	6278,2	117,0	938,9
у тому числі інвестиції в матеріальні активи	35323,9	27426,0	576,1	6215,9	к/с	932,5
з них інженерні споруди	1603,5	1425,3	12,8	158,0	к/с	7,3
машини, обладнання та інвентар	18073,2	15753,2	117,6	1400,9	81,0	705,1
транспортні засоби	4724,6	4096,3	44,8	445,7	9,4	123,3
інвестиції в нематеріальні активи	674,3	604,6	0,9	62,2	к/с	6,5
з них програмне забезпечення та бази даних	33,5	28,5	к/с	к/с	–	3,6

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України.

Перспективами подальших досліджень є вивчення механізму державної підтримки інвестицій у технічне забезпечення аграрного сектора економіки.

Список використаних джерел

1. Hrytsaienko H., Hrytsaienko I., Bondar A. and Zhuravel D. Mechanism for the Maintenance of Investment in Agriculture. Modern Development Paths of Agricultural Production. 2019. P. 29–40.

2. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко І. М. Інвестиції в технічне забезпечення аграрного виробництва. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 12. URL: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/14.pdf>

3. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко І. М. Технічне оснащення як пріоритетний напрям інвестування аграрного виробництва. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 9. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В РОЗВИТКУ СИСТЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Андріяшин В. С.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Дослідження феномену соціального капіталу є доволі поширеною темою у світових філософських, політологічних, соціологічних, психологічних, культурологічних, економічних та інших наукових розвідках.

Сутність та склад соціального капіталу розглядали такі вчені, як Бурджанадзе І. В., Волчкова Г. К., Грицаєнко М. І., Гурочкіна В. В., Дейнеко О. О., Звонар В. П., Краснокутська Н. С., Малаховський Ю. В., Федішин М. та багато інших дослідників. Незважаючи на наявність ґрунтовного теоретичного аналізу соціального капіталу крізь призму різноманітних наукових концепцій, недостатньо вивченими залишаються питання його впливу на розвиток системи національної економіки.

Нині особливо затребуваними виявляються гнучкі та креативні підходи до трактування сутності та складу соціального капіталу національної економіки внаслідок того, що «... ключовим ресурсом ефективного функціонування економічної системи в сучасних умовах є соціальний капітал» [2, с. 189], чим обумовлюється актуальність обраної теми дослідження.

Підтримуємо «... визначення соціального капіталу як сукупності зв'язків, які можуть генерувати дохід та соціально-економічних відносин, що виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри» [1, с. 430].

Тобто, соціальний капітал можна розглядати як довіру, норми, соціальні мережі, що забезпечують горизонтальний та вертикальний зв'язок між суб'єктами національної економіки різних ієрархічних рівнів (рис. 1).

«Довіра» відображає характеристики соціальних відносин людей, які неможливі без надійності. Довіра основана на особистісних відносинах, які розвивалися протягом часу внаслідок взаємодії людей.

«Норми» як складова соціального капіталу являють собою комплекс правил, поглядів та переконань, які спонукають суспільство до колективних дій. Норми визначають конкретні дії людей у той чи іншій ситуації.

«Соціальні мережі» є драйвером реалізації виробничих цілей, які досягаються завдяки їхніх учасників і відбуваються у відповідності до своїх особистих правил, процедур чи дій. Соціальні мережі відносяться до різних форм соціальних організацій, є властивостями соціального середовища. Дослідження соціальних мереж полегшує аналіз корисної поведінки людини та визначення ролі кожного учасника, що забезпечує стимулювання продуктивних дій та отримання відповідних результатів.

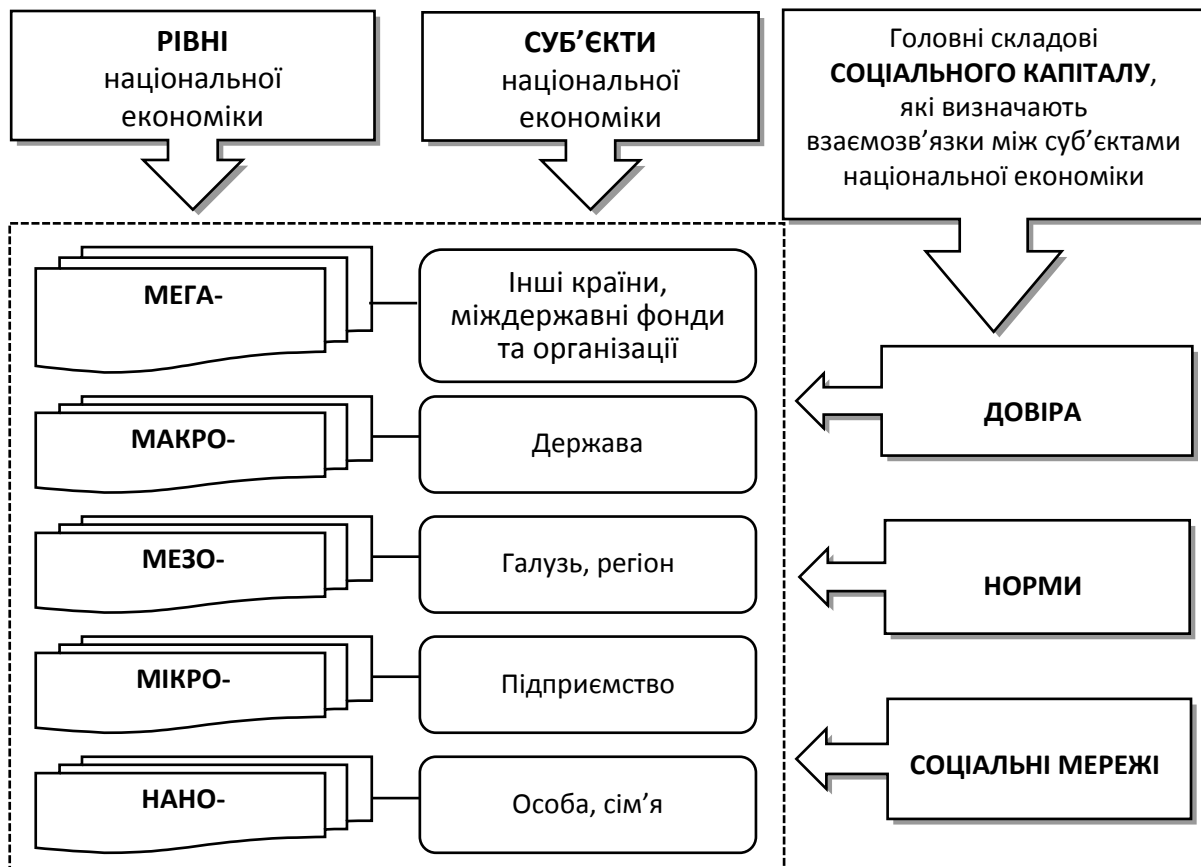


Рис. 1. Взаємозв'язок суб'єктів національної економіки різних рівнів ієрархії через головні складові соціального капіталу

Джерело: [3, с. 119].

Підтримуємо думку про те, що «... ефективна взаємодія міжнародних організацій, урядових структур, представників бізнесу і громадянського суспільства в цілому потребує розробки стратегії соціального інвестування, що є перспективою подальших наукових досліджень, які матимуть вагомое значення для реалізації структурних реформ та забезпечення сталого розвитку України» [2, с. 193].

Визначення ролі та змісту соціального капіталу в розвитку системи національної економіки дозволить вдосконалити механізм його поетапного формування та підвищити ефективність використання.

Список використаних джерел

1. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andriieva L. and Boltianska L. The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. Modern Development Paths of Agricultural Production. 2019. P. 427–440.
2. Грицаєнко Г., Грицаєнко М. Соціальні інвестиції в соціальний капітал. Бізнес Інформ. 2018. № 1. С. 188–194.
3. Грицаєнко М. І. Соціальний капітал як драйвер багаторівневого розвитку національної економіки. Підприємництво: соціально-економічне та інституціональне забезпечення розвитку: Монографія. Мелітополь: Люкс, 2021. С. 107–163.

СВІТОВИЙ ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ ЗАСАД СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Бромирський Б. О.,

студент Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Грицаєнко Г. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

Перспективною практикою управління в провідних світових компаніях стає впровадження засад соціальної відповідальності бізнесу.

Теоретико-методологічні основи концепції соціальної відповідальності були сформульовані в 20-х роках ХХ століття, однак її витoki містяться у наукових працях А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла та інших засновників економічної теорії. Місце підприємництва в розвитку суспільства найшли своє відображення у публікаціях М. Вебера, Р. Кантільона, Й. Шумпетера та інших. Серед вітчизняних науковців можна виділити роботи Ю. С. Братішко, З. П. Дзуліта, О. В. Кацьори, Х. С. Лешко, М. М. Надейко, В. Рябченко, Л. Харсун, В. З. Холявки та багатьох інших науковців. Разом з тим вважаємо, що опрацювання та розповсюдження світового досвіду впровадження основ соціальної відповідальності відбувається досить повільно, що актуалізує обрану тему дослідження.

На основі опрацювання літературних джерел можна зробити висновок про те, що «... в сучасних умовах є тенденція переорієнтування підприємств ... на задоволення багатьох суспільно важливих потреб, в тому числі підтримку прозорих механізмів ведення бізнесу, боротьбу з корупцією, захист прав працівників, споживачів, постачальників і партнерів, а також підтримку екологічних та етичних стандартів ведення підприємницької діяльності» [1, с. 187]. При цьому необхідно «... визначати корпоративну соціальну відповідальність як інститут сталого розвитку економіки на основі закріплення законодавчих та соціальних норм впливу бізнесу на суспільство та навколишнє середовище» [2; 3].

Досвід провідних світових компаній свідчить, що засади соціальної відповідальності бізнесу активно впроваджуються в практичну діяльність у вигляді генеральної стратегії соціально-економічного розвитку.

Світова аналітична організація CorporateRegister щорічно публікує інформацію про кількість компаній країн світу, які оприлюднюють звіти з соціальної відповідальності бізнесу на офіційних сайтах своїх компаній (табл. 1).

Дані табл. 1 свідчать про те, що в розвинутих країнах зростає кількість компаній, які оприлюднюють нефінансові звіти з інформацією про власну соціальну відповідальність, а також кількість безпосередньо звітів. Але в Україні за 2016–2020 рр. кількість нефінансових звітів становила лише 114 од. від 22 компаній, що свідчить про недостатнє впровадження засад соціальної відповідальності у стратегію розвитку бізнесу.

**Кількість оприлюднених нефінансових звітів компаній
в окремих країнах світу за 2016–2020 рр.**

Країна	Кількість компаній, які оприлюднили нефі- нансові звіти за 2016–2020 рр.	Кількість звітів за 2016– 2020 рр.	2016	2017	2018	2019	2020
США	2579	15308	1078	1046	1018	1187	1540
Велико- британія	1682	12093	815	788	684	723	763
Німеччина	1444	8991	673	645	680	757	734
Іспанія	954	6591	519	531	512	540	492
Італія	914	5837	370	389	488	526	529
Франція	868	6507	580	586	559	618	565
Китай	798	3560	110	494	592	655	667
Японія	746	8473	563	589	578	611	576
Канада	690	5045	349	338	300	334	405
Польща	109	623	47	51	59	50	54
Україна	22	114	9	14	10	10	9

Джерело: сформовано за даними [2].

Процеси глобалізації та проблеми вичерпності ресурсів актуалізують узгодженість мети діяльності підприємства з концепцією сталого розвитку, складовою якої є положення про соціальну відповідальність бізнесу перед існуючим та майбутніми поколіннями. Саме тому соціальна відповідальність підприємства зачіпає інтереси стейкхолдерів, до складу яких входять держава, інші підприємства, населення, громади, місцеві органи влади тощо. Світовий досвід провідних компаній свідчить про те, що врахування інтересів стейкхолдерів при впровадженні засад соціальної відповідальності сприяє забезпеченню їх сталого розвитку.

Дієвим інструментом імплементації соціальної відповідальності бізнесу є соціальні інвестиції, що підтверджує ефективна практика світових компаній.

Список використаних джерел

1. Грицаєнко М. Інвестиції в соціальний капітал як інструмент реалізації соціальної відповідальності бізнесу. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers.* / resp. ed. Ondrej Mikulaš. European institute of further education, Podhájaska, 2021. Chapter II. С. 187–188.

2. Грицаєнко М. Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка АПК.* 2021. № 5. С. 17–29.

3. Грицаєнко М. Формування соціальної відповідальності в економічному механізмі реалізації соціального капіталу підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету.* 2021. № 6–7 (284–285). URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>

ЗЕМЕЛЬНІ АКТИВИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ: НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ

Патицька Х. О.,

к.е.н., с.н.с. відділу регіональної фінансової політики

ДУ «Інститут регіональних досліджень

імені М. І. Долішнього НАН України»

Ключник Л. В.,

пров. інженер відділу регіональної фінансової політики

ДУ «Інститут регіональних досліджень

імені М. І. Долішнього НАН України»

Прийняттям Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» [1] та низкою інших законодавчих актів [2; 3; 4] в Україні запущено ринок землі та реформу у сфері земельних відносин. Серед основних нововведень є:

- передача земельних ділянок сільськогосподарського призначення державної власності за межами населених пунктів у комунальну власність територіальних громад;

- надання землевласникам права продавати власні ділянки та використовувати їх як заставу при отриманні кредитних ресурсів;

- встановлення обмежень для доступу на ринок землі для іноземців та юридичних осіб (до 2024 р.), а також обмеження для усіх учасників ринку площі придбаної землі – до 10 тис. га «в одні руки»;

- переважне право орендарів земельних ділянок на їх купівлю;

- заборона на продаж сільськогосподарських земель державної та комунальної власності;

- цифровізація та забезпечення відкритості і прозорості процесу відносин у сфері обігу земель.

До основних переваг для суб'єктів економіки територіальних громад від впровадження прийнятих законодавчих актів у сфері земельних відносин віднесено:

- передачу земель державної власності за межами населених пунктів у комунальну власність територіальних громад;

- встановлення меж територій громад за домовленістю громад;

- можливість формувати та затверджувати детальні плани територій громад в межах та за межами населених пунктів;

- дерегуляцію та спрощення доступу для місцевих стейкхолдерів до земельних ресурсів внаслідок оптимізації процедур у сфері землеустрою;

- забезпечення загальнодоступності та відкритості даних у сфері землеустрою;

– розширення контролюючих функцій органів місцевого самоврядування територіальних громад за використанням та охороною земельних ресурсів;

– спрощення процедури закріплення меж земельних ділянок за згодою їх власників.

Представники місцевого самоврядування територіальних громад усвідомлюють можливості, які їм надаються із відкриттям ринку землі та передачею земель державної власності за межами населених пунктів у комунальну власність територіальних громад. Утім, щоб скористатися наданими можливостями, перш за все слід вирішити низку проблем, які суттєво загострилися в умовах активізації земельних відносин та зростання ролі місцевого самоврядування в управлінні земельними активами.

1. Забезпечити формування бази даних про земельний фонд громади у розрізі земельних ділянок, їх власників та користувачів.

Попри те, що система електронної Публічної кадастрової карти України функціонує із 2013 р., вона не стала дієвим інструментом обліку земельних активів територіальних громад, що пов'язано із двома чинниками: обмеженістю доступу до даних для громадян та органів самоврядування, а також неповнотою даних у реєстрах.

2. Здійснити просторове планування території громади та визначити напрями використання земельних активів.

Основою для прийняття управлінських рішень зі стратегічних, тактичних та оперативних питань в сфері землекористування має бути розроблений та затверджений територіальною громадою комплексний план просторового розвитку, який є важливим інструментом для забезпечення сталого розвитку територіальної громади, уникнення корупційних ризиків та нарощення її фінансово-економічного потенціалу.

Таким чином, лише після проведення інвентаризації та здійснення комплексного планування просторового розвитку території громади матимуть можливість оцінити наявні земельні активи та визначити шляхи управління ними і напрями взаємодії із групами зацікавлених сторін. При цьому, ефективне управління активами в умовах відкритого ринку землі сприятиме збільшенню надходжень до місцевих бюджетів і забезпечить зростання рівня фінансової спроможності територіальних громад.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення. Закон України № 552-Іхвід 31.03.2020 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2020, № 20, ст. 142.

2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення системи управління та дерегуляції у сфері земельних відносин. Закон України №1423-ІХ від 28.04.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1423-20#Text> (дата доступу: липень 2021 р.).

3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель. Закон України № 711-IX від 27.05.2021 р. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 46, ст. 394.

4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо продажу земельних ділянок та набуття права користування ними через електронні аукціони. Закон України № 1444-IX від 18.05.2021 р. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2021, № 30, ст. 243.

ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

Ісаханян С. Р.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Критенко О. О.,**
доцент кафедри публічного управління
та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

Професіоналізація сфери публічних закупівель – один із напрямків стратегії реформування системи публічних закупівель, метою якого є побудова професійного ринку публічних закупівель, зокрема спільноти професійних закупівельників, які здатні ефективно закуповувати в інтересах держави і територіальних громад в умовах постійного навчання, оплачуваної роботи та відповідної мотивації.

Професіоналізація сфери публічних закупівель – необхідна умова для адаптації міжнародних стандартів в українській закупівельній практиці та для підвищення ефективності закупівель, які здійснюються для забезпечення потреб держави і громади [1].

Закон України «Про публічні закупівлі» [2] встановлює вимогу утворення тендерного комітету або (та) уповноваженої особи для організації та проведення процедур закупівель – фахівця з публічних закупівель.

На ринку праці з'явилася нова професія – фахівець з публічних закупівель з таким набором професійних знань та навичок: застосування системи електронних публічних закупівель; проведення моніторингу змін у законодавстві з питань публічних закупівель; визначення потреби в обсягах постачання товарів, виконання робіт і надання послуг; дослідження кон'юнктури ринку предмета закупівлі; формування та обґрунтування плану закупівлі на бюджетний рік; розроблення документації конкурсних торгів; формування основних умов договору про закупівлю; ведення електронного документообігу; застосування ризик-індикаторів у процесі закупівлі; аналіз результативності закупівель та ін. Головні вимоги роботодавців до фахівця із закупівель – досвід роботи, наявність вищої освіти, знання програми 1С, вміння вести переговори, знання ринку, націленість на результат.

Відповідно до національного класифікатора професію [3] «фахівець з публічних закупівель» віднесено до сфери маркетингу, ефективності гос-

подарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності з вимогою від працівника кваліфікації за дипломом про повну вищу освіту, що відповідає рівню не нижче спеціаліста, магістра.

Основна діяльність департаменту сфери публічних закупівель у напрямку професіоналізації сфокусована на:

- 1) впровадженні інструменту централізованих закупівельних організацій;
- 2) проведенні роз'яснювальної кампанії щодо уповноважених осіб;
- 3) створенні професійного стандарту;
- 4) акумуляції на сайті інформації щодо джерел навчального характеру, переліку аналітичних інструментів та корисних посилань [1].

Одним із завдань реформи сфери публічних закупівель є запровадження механізму централізованої закупівлі. В сучасній міжнародній практиці ефективно використовують механізм централізованих закупівель [4]. Адже ця модель характеризується зменшенням загальних витрат у закупівельній системі. Поряд з цим централізовані закупівлі на практиці сприяють запровадженню ефективних та гнучких методів закупівлі. Водночас, запровадження такої закупівельної моделі має зберегти ті переваги децентралізованого закупівельного механізму, який функціонує у цій сфері сьогодні.

Основними завданнями ЦЗО є: проведення професійних та ефективних закупівель; створення електронного каталогу та примірних специфікацій, проведення маркетингових досліджень ринку; створення умов закупівель привабливих для замовників і учасників, здійснення ефективного управління контрактами (рамковими угодами), сприяння професіоналізації публічних закупівель.

Наразі реформою передбачено поступовий перехід від популярної в державних структурах моделі закупівель «тендерний комітет» до введення у штатний розпис «фахівців з публічних закупівель», які фактично є уповноваженими особами.

Таким чином, окреслена проблематика потребує подальшого розгляду та буде досліджена у наукових розвідках.

Список використаних джерел

1. Публічні закупівлі. Професіоналізація. Загальна інформація. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=e5af475f-cd00-4880-b6e3-19e414b23e78&title=ZagalnaInformatsiia>
2. Про публічні закупівлі : Закон України № 922-VIII від 25.12.2015. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
3. Класифікатор професій ДК 003:2010 : наказ Держспоживстандарту України № 327 від 28.07.2010. URL : <http://www.dk003.com>
4. Закупівлі як механізм посткризових змін у 2021 році. Бізнес Цензор. URL: https://biz.censor.net/columns/3229922/zakupvl_yak_mehanzm_postkrizovih_zmn_u_2021_rots

АНАЛІЗ ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ БАНКУ

Корінь А. В.,

студентка Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського

(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського)

Методологія управління портфелем цінних паперів є невід’ємною складовою інвестиційної стратегії кожного банку. З цього приводу слід відмітити, що у світовій економічній науці методика управління як окремими цінними паперами, так й інвестиційним портфелем розроблена досконало, а оскільки банківські портфелі цінних паперів за економічним змістом не відрізняються від аналогічних портфелів інших інвесторів, то в процесі дослідження методології управління портфелем цінних паперів банків слід спиратись на фундаментальні принципи та загальновідомі методи портфельної та інвестиційної теорій. Проте банківська діяльність на ринку цінних паперів має свої особливості, які проявляються в тому, що метою довгострокових інвестицій є не лише отримання прибутку від участі в капіталі, але і одержання контролю над компанією для залучення додаткових фінансових потоків у банк.

Сьогодні ситуація в економіці України склалась таким чином, що без значних фінансових вливань, її подальший стабільний розвиток є проблематичним. У зв’язку з необхідністю активізації банківської інвестиційної діяльності особливого значення набуває питання вдосконалення оцінки якості портфеля цінних паперів вітчизняних банків.

Враховуючи здійснений аналіз, слід відмітити, що оцінка якості інвестиційного портфеля банку має певні особливості, пов’язані із визначенням обсягу проблемних інвестицій, оскільки у банківському балансі відсутня інформація щодо ризикованості тих чи інших цінних паперів. Для вирішення цієї проблеми ми пропонуємо застосувати фіксовані коефіцієнти ризику щодо різних портфелів цінних паперів.

У зв’язку з цим слід зауважити, що згідно з нормативними вимогами НБУ інвестиції банку в цінні папери для їх оцінки та відображення у бухгалтерському обліку є наступні:

- операції з цінними паперами в торговому портфелі;
- операції з цінними паперами в портфелі на продаж;
- операції з цінними паперами в портфелі до погашення;
- інвестиції в асоційовані та дочірні компанії

Цінні папери в портфелі на продаж – це цінні папери, які банк готовий продати у зв’язку зі зміною ринкових відсоткових ставок, потреб ліквідності, наявності альтернативних інвестицій; а також – боргові цінні папери та акції, за якими неможливо достовірно визначити справедливую вартість, бо-

ргові цінні папери з фіксованою датою погашення, які банк не має наміру тримати до дати їх погашення. Такі цінні папери є ризиковими, оскільки за відсутності активного фондового ринку в Україні доволі складно визначити їх справедливу (ринкову) вартість. Зважаючи на це, для портфеля цінних паперів на продаж доцільно застосовувати коефіцієнт ризику від 20 %.

Цінні папери в портфелі до погашення – це боргові цінні папери, щодо яких є намір і здатність банку утримувати їх до строку погашення. Такі цінні папери обліковуються за амортизованою собівартістю і щомісяця підлягають перегляду на зменшення корисності й відповідно резервуванню. Тут також присутні значні ризики у разі погіршення фінансового стану емітента, тому доцільно застосовувати коефіцієнт ризику від 30 %.

Інвестиції в асоційовані та дочірні компанії – це пайові цінні папери емітентів, які відповідають визначенням асоційованої або дочірньої компанії банку. Асоційовані компанії – це група суб'єктів господарювання (юридичних осіб), пов'язаних між собою відносинами економічної та/або організаційної залежності у формі участі в статутному фонді та/або управлінні. НБУ використовує цей термін для компаній, у яких банк-інвестор володіє 20 % або більшою часткою капіталу.

Для підвищення ефективності та якості управління інвестиційною діяльністю необхідне:

- оптимальне поєднання централізації і децентралізації управління інвестиційною діяльністю;
- вироблення нових цілей і завдань з удосконалення організації аналітичного забезпечення процесу управління інвестиційною діяльністю;
- постійне інформаційне забезпечення процесу управління інвестиційною діяльністю;
- безперервне підвищення кваліфікації менеджерів, пов'язаних з управлінням інвестиційною діяльністю.

Для підвищення якості роботи з управління інвестиційною діяльністю доцільно автоматизувати основні її процеси. Шляхом впровадження нових інформаційних технологій можна вирішити низку проблем, пов'язаних як зі спрощенням системи управління фінансовою діяльністю банку в цілому, так і зі спрощенням процесу управління інвестиційною діяльністю зокрема.

Список використаних джерел

1. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.ssmsc.gov.ua/fund/rateagencies> (дата звернення: 10.10.2021).

2. Мазник Л. В. Використання рейтингових оцінок для підтримки фінансових рішень // Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку підприємств харчової промисловості: програма та матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 16–17 квітня 2015 р.). НУХТ, 2015. С. 75–77.

3. Юркевич О. М. Кредитні рейтинги як інструмент оцінки кредитного ризику. Збірник наукових праць КНЕУ «Фінанси, облік і аудит». 2009. С. 130–135.

4. Кравченко В. П. Удосконалення оцінки кредитоспроможності позичальника // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2012. Вип. 17. С. 112–117.

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Скорупич А. О.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Івашина О. Ф.**,
професор кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

На сьогодні рівень застосування нейрофізіологічних досліджень у маркетинговій діяльності знаходиться лише на стадії становлення. Це пов'язано з недостатньо визначеними зв'язками різних наук, малою кількістю опублікованих наукових робіт, зі значними фінансовими та матеріальними витратами, закритістю таких досліджень, орієнтацією організацій на швидкий прибуток.

У сучасних умовах ринок споживчих товарів характеризується великим асортиментом продукції, яка постійно вдосконалюється, постійною зміною потреб та вимог покупців, посиленням конкуренції. У зв'язку з цим є необхідним використання нейромаркетингу в сучасних організаціях для посилення своїх позицій на ринку.

Тож метою роботи є виявлення можливостей використання нейромаркетингових досліджень та їх інструментів при здійсненні господарської діяльності іноземних та українських організацій.

Основоположником нейромаркетингу вважають гарвардського професора Джеррі Залтмена, у 2002 році було запропоновано науковцем Смідсом саме ж поняття нейромаркетинг, а у 2004 році в Америці була проведена перша міжнародна конференція, де обговорювалася роль нейромаркетингових досліджень.

Нейромаркетинг є прикладною підсистемою нейроекономіки, синтезом психології, нейрофізіології, нейробіології, економічної теорії та класичного маркетингу. Він спрямований на дослідження поведінки споживачів, тобто емоційних реакцій, мислення, пам'ять, пізнання, шляхом спостереження за активізацією певних нейронних зв'язків головного мозку людини, що відбувається у підсвідомій області, тобто нижче контрольованого усвідомлення. За допомогою нейромаркетингу можна отримати достовірну інформацію про те, що людина відчуває при контакті зі стимулом і таким чином визначити переваги альтернатив.

Потенціал нейромаркетингу може бути використаний у наступних маркетингових заходах:

– нейромаркетингові дослідження. Вивчають та фіксують фізіологічні стани споживачів (пульс, активність частин головного мозку, дихання, вологість шкіри, рухи зіниць) на різноманітні стимули (упаковка, реклама, логотип) за допомогою спеціальної апаратури. Це все дає можливість отримати достовірні відповіді на питання, визначати точні рішення респондентів та будувати споживчі моделі поведінки.

– брендинг (назва товару, його зовнішній вигляд). Ототожнення базових елементів продукту з позитивними емоціями в свідомості споживача. Застосування мультисенсорної упаковки;

– маркетингові комунікації та просування (рекламні ролики та друковані промо-матеріали). Оброблення споживчої реакції на окремі частини рекламної інформації з метою формування лояльності щодо організації;

– аналіз поведінки споживачів. Створення моделей поведінки споживачів для передбачення їх дій у майбутньому, застосування СЕМ (тобто управління емоціональним клієнтським досвідом);

– створення веб-контенту. Побудова електронних сайтів на основі реакцій та даних про рух очей клієнтів.

У нейромаркетингових дослідженнях використовують безліч інструментів, основні з яких є метод ЕЕГ (електроенцефалограма, тобто оцінка електричної активності головного мозку), МРТ сканування, айтрекер (механізм реєстрації положення очей і напрямку погляду), вимірювання електричного опору шкіри (для виявлення підвищеного потовиділення), скорочення м'язів обличчя (для аналізування конкретних емоцій) та інші.

Аналізуючи активність використання нейромаркетингових досліджень, було знайдено декілька підприємств, які змогли дослідити і впровадити в свою діяльність деякі результати, що значно вплинули на ефективність продажів.

Наприклад, у компаніях «Samsung» та «Nike» були проведені дослідження щодо ароматизації простору. Компанія «Microsoft» використовує метод ЕЕГ для розуміння причин виникнення різноманітних емоцій людей при взаємодії з комп'ютерами. Компанія «Google» проводить дослідження поведінки та різних станів споживачів для оцінки ефективності розміщення елементів сторінки в додатку YouTube. Компанія «Coca-Cola» взагалі створила власну лабораторію з проведення досліджень нейровізуалізації.

Щодо українських організацій, то нейромаркетингові дослідження проводяться одиницями в невеликих масштабах.

Тому для розв'язання поставленої проблеми, в першу чергу в Україні, ми пропонуємо:

– створити та організувати проекти нейромаркетингових досліджень спочатку у великих організаціях (через причину значних витрат), щоб потім менші організації бачили результати й брали приклад з них;

– брати активну участь споживачів у дослідженнях, адже це також стосується задоволення їх потреб.

– залучати професійних нейромаркетологів до навчання інших.

Отже, можна зробити висновок про те, що нейромаркетинг здатний точно виявити ймовірність прийняття рішення про покупку споживачем шляхом сканування цілого набору зон мозку.

Тому використання концепції нейромаркетингу, на нашу думку, є ефективним та доцільним, адже за допомогою такого глибокого психологічного механізму досліджень організації можна не тільки швидко просувати свій товар, а й отримувати інформацію про справжні потреби споживачів. І ми переконуємося в цьому на реальних прикладах великих компаній.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ

Козявка О. Г.,

студентка Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського
(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського)

Необхідність переходу української економіки на інноваційний шлях розвитку є наслідком виснаження джерел економічного зростання, скорочення кількості інвестицій у відтворення логістики та освоєння нових знань, посилення виклику збереження інноваційного потенціалу.

В умовах посилення конкуренції активна інноваційна діяльність у компаніях все більше визначає успіх підприємницької діяльності. Нові ідеї та продукти, нові технології та організаційні рішення виводять компанії з кризових ситуацій та гарантують їм фінансову стабільність. Інноваційна діяльність може і повинна стати одним із важелів виведення української економіки з кризової ситуації, адже науковий потенціал держави досить потужний [1, с. 164].

Слід виділити такі слабкі місця інноваційного розвитку української економіки:

- відсутність єдиної та чіткої системи державної підтримки підприємства;
- низький рівень інвестицій у дослідження та розробки;
- зростання безробіття, особливо в сільській місцевості;
- інноваційний потенціал регіонів для залучення іноземного капіталу використовується надто слабо;
- розвиток науки відокремлений від економічних потреб;
- більшість компаній зосереджені на виживанні, а не на реалізації інноваційних стратегій;
- низький рівень інноваційної культури суспільства;
- зменшення кількості студентів у вищих навчальних закладах;
- освітні програми недостатньо адаптовані до потреб ринку праці, а так звані реформи у сфері освіти не призводять до якісних змін;
- невелика частка суб'єктів господарювання у міжнародних конкурсах та програмах.

Основними недоліками державної політики у сфері інновацій є відсутність стратегічного мислення, рішень та культури, політичної волі суб'єктів управлінського впливу, ефективно реалізованих комплексних заходів та дій. Вона набуває нового значення і зростає значення дій, які допоможуть посилити вимоги, контролювати ефективність та дієвість інституцій, залучених до інноваційних процесів, включаючи передачу нових технологій. Серед актуальних проблем основне місце належить налаго-

дженню реальної взаємодії між науково – дослідними установами та економікою, співпраці дослідницьких груп.

Для реалізації інноваційної стратегії економічного розвитку України та формування інноваційної економіки необхідно посилити вимоги до якості людського капіталу. Важливо розвивати ключові компетенції, включаючи підприємництво, ініціативи та інноваційні підходи [3, с. 83–87]. Державну політику слід будувати з урахуванням потреб структурних перетворень економіки, спираючись на концепцію людського розвитку [4, с. 11].

Оскільки інноваційні процеси мають великий вплив на соціально-економічний розвиток суспільства в цілому, успішна інновація неможлива без державної підтримки. Безперечно, держава має регулювати процес інновацій, адже вона тепер визначає перспективи розвитку країни.

Отже, інновація – це своєрідна інновація в економічній чи соціальній сфері суспільства, яка покращує використання ресурсів, покращує якість виробничих процесів, зменшує втрати у процесі виробництва, забезпечує охорону навколишнього середовища [2, с. 115].

Основним завданням подальшого соціально-економічного розвитку України є якісне коригування питань, пов'язаних зі стратегічним управлінням та інноваційним розвитком на всіх рівнях управління. Без цього неможливо вирішити економічні, соціальні, екологічні та інші проблеми.

Починаючи з 2021 року, передбачається поступове відновлення економіки з переходом до зростання та формування якісного підґрунтя для сталого економічного розвитку в середньостроковій перспективі з урахуванням проведення основних реформ та збереження фінансової стабільності. Акцент в реформах буде зроблений – у короткостроковій перспективі – на стимулюванні розвитку економіки у постпандемічний період шляхом державної підтримки створення нових робочих місць, підтримки розвитку малого і середнього бізнесу, захисту інтересів вітчизняних виробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У середньостроковій перспективі акцент в реформах буде зроблений на усуненні існуючих слабких місць в економіці України та виявлених структурних невідповідностях з метою забезпечення прискорення економічного зростання, а також на створенні умов для розвитку виробництв, які матимуть найбільшій позитивний ефект від розвитку цифровізації економіки.

Список використаних джерел

1. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: монографія Інститут економіки промисловості, 2007. 328 с.

2. Гордуновський О. М. Сучасний стан та напрями посилення інноваційної безпеки України. Фінансовий простір. № 2 (14). 2014. С. 23–29

3. Гришова І. Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств. Економіка: реалії часу. 2021. № 2 (7). С. 47–51.

4. Лібанова Е. Л. Ринок праці та соціальний захист. Київ, 2004. 234 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ішков Є. В.,

студент Житомирського торговельно-економічного
фахового коледжу

Київського національного

торговельно-економічного університету

(науковий керівник – **Шавурська О. В.**, к.е.н.

Житомирського торговельно-економічного

фахового коледжу

Київського національного торговельно-економічного університету)

Основною метою інвестиційної діяльності підприємства є забезпечення найбільш ефективних шляхів розширення активів підприємства з позицій перспектив його розвитку й збільшення його ринкової вартості. Ефективна інвестиційна політика є основою для економічного зростання країни. Останніми роками зацікавленість у питаннях інвестиційної діяльності зростає. Це обумовлено тим, що економіка країни потребує залучення інвестицій для розвитку, а наукові дослідження в цій сфері набувають важливого значення.

На малих підприємствах, як правило, структурні служби й підрозділи не створюються, а функції з управління інвестиційною діяльністю покладають на власника або директора. Зі зростанням масштабів інвестиційної діяльності підприємства виникає необхідність у використанні додаткових послуг кваліфікованого фахівця – інвестиційного менеджера (займається всіма питаннями щодо інвестування). На великих підприємствах з великими обсягами інвестиційної діяльності, що інвестують ряд реальних і фінансових проєктів створюються спеціальні відділи – відділи з управління інвестиціями. Структура цих відділів залежить від специфіки інвестиційної діяльності підприємства.

Відділ з управління інвестиціями (інвестиційний відділ) є структурним підрозділом підприємства, керівник якого несе персональну відповідальність за використання інвестиційних ресурсів і одержання бажаного розміру прибутку від інвестиційної діяльності.

Формування організаційної системи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві передбачає ряд етапів, які наведені на рис. 1.

Організація управління інвестиційною діяльністю на підприємстві є основою прийняття ефективних управлінських рішень у сфері інвестицій. Основна її мета полягає в досягненні найефективнішої реалізації інвестиційної стратегії підприємства. Управління інвестиційною діяльністю базується на функціях, які охарактеризовано в табл. 1.

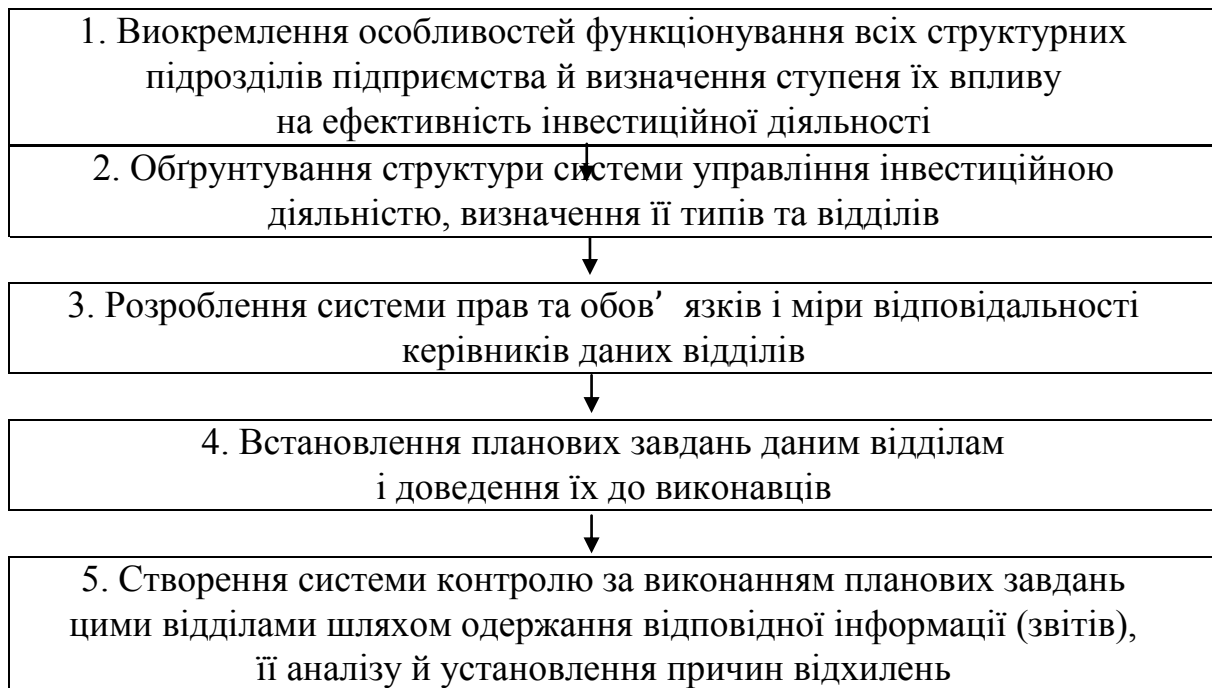


Рис. 1. Етапи формування організаційної системи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві [1]

Таблиця 1

Функції управління інвестиційною діяльністю

з\п	Функція	Характеристика
	Аналіз і прогнозування	передбачає проведення своєчасної оцінки процесу інвестиційної діяльності прогнозування-формування інвестиційних цілей та завдань розвитку підприємства
	Організація і планування	організація – це координація інвестиційної діяльності підприємства з метою досягнення інвестиційного ефекту планування інвестиційної діяльності – установлює планові завдання інвестиційної діяльності на довгостроковий і короткостроковий періоди
	Облік, мотивація, контроль	здійснення систематичного спостереження за доходами, витратами від інвестиційної діяльності, визначення розмірів відхилень фактичних результатів від передбачених і виявлення причин цих відхилень
	Координація та регулювання управління діяльністю	ця функція дозволяє узгоджувати дії різних органів, підприємств та організацій при досягненні будь-яких спільних цілей, регулювання інвестиційної діяльності здійснюється з метою реалізації економічної, науково-технічної і соціальної політики, яке здійснюється державою

До об'єктів планування інвестиційної діяльності відносяться:

- формування цілей і завдань інвестиційної діяльності, розробка інвестиційної стратегії підприємства;
- планування оптимального розподілу інвестиційних ресурсів згідно з змінами зовнішнього й внутрішнього середовища;
- доходи і витрати, результати від інвестиційної діяльності.

Виділяють такі види планування інвестиційної діяльності підприємства:

- 1) стратегічне планування передбачає прогнозування довгострокової інвестиційної стратегії та інвестиційної політики на термін від 3 до 5 років;
- 2) тактичне планування формування поточних планів інвестиційної діяльності, терміном до 1 року;
- 3) оперативне планування формування оперативних планових завдань із питань інвестиційної діяльності на період менше 1 року – квартал, місяць [2].

Отже, планування інвестиційної діяльності є необхідним процесом з ряду причин: для реалізації стратегій підприємство може використати різні види інвестицій, різний обсяг інвестиційних коштів, тому доцільно розробляти декілька альтернативних проектів; необхідність вибору з альтернативних інвестиційних проектів найбільш ефективного; необхідність якнайшвидшого отримання віддачі від інвестицій; планування сприяє зниженню ризику, що пов'язаний із прийняттям інвестиційних рішень. Для нормального функціонування інвестицій потрібна ефективна організація і планування інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Левандівський О. Т. Теоретичні засади інвестиційної діяльності. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2016. Том 1. Вип. 12. С. 98–104.
2. Щукін Б. М. Інвестування: курс лекцій. К.: МАУП, 2014. 216 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВАЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ СВІТОВОЇ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Новак К. С.,

студентка Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського
(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського)

Зростання глобальної конкуренції ставить нові виклики для бізнесу та регіонів в цілому. Одним із важливих елементів у вирішенні цих проблем є використання інструментів маркетингу, яким слід приділити особливу увагу при розробці маркетингових стратегій, оскільки вони визначають основні види діяльності, що безпосередньо будуть спрямовані на досягнення маркетингових цілей.

Створення маркетингової стратегії – одна з найважливіших і найскладніших етапів маркетингового процесу. Зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище постійно змінюється, через що дуже важко здійснити якісний маркетинговий аналіз, що безперечно дало б найкращий результат. Тому необхідно дотримуватись до основних вимог маркетингового аналізу: точність, послідовність, систематичність [1, с. 32].

На рис. 1 проілюстрована схема вибору стратегії маркетингу підприємства для світової сфери торгівлі з доступних варіантів [2, с. 116].

При розробці стратегії насамперед слід враховувати наступне: на якій стадії життєвого циклу знаходиться сектор; промислова структура; характер і сила конкуруючих сил. Маркетингова стратегія супроводжується декількома етапами.

По-перше, аналізується конкурентоспроможність фірми. Для результативного та ефективного виведення компанії на ринок порівнюються дані аналізу навколишнього середовища, і на їх основі порівнюються ознаки компанії з можливостями конкурентів та очікуваннями споживачів.

По-друге, вишукується основна маркетингова стратегія – довгостроковий план підприємства, який не слід детально писати, оскільки він може бути спотворений деякими непередбаченими подіями у зовнішньому середовищі. При розробці довгострокового плану підприємства керівництво визначає рівень інтеграції компанії у світову сферу торгівлі з урахуванням таких факторів, як розмір внутрішнього ринку, інтенсивність конкуренції, рівень глобалізації конкурентів, ресурси компанії та конкурентні переваги.



Рис. 1. Схема вибору стратегії маркетингу підприємства для світової сфери торгівлі з доступних варіантів

Найчастіше першою стратегічною постановою фірми є визначення цільового ринку, на якому компанія бажає конкурувати. Цей вибір основної сфери торгівлі складається з споживачів зі схожими потребами, поведінкою та мотиваційними характеристиками, що створює сприятливі маркетингові можливості для фірми. З точки зору міжнародного маркетингу, важливо вибрати базову стратегію, яка визначає характер товару, який рекламується на ринку іншої країни [3, с. 52].

Нині в Україні існує чимало перешкод для впровадження концепції маркетингу в практику. Основні з них: сумніви щодо маркетингу місцевості; відсутність фінансових ресурсів; недооцінка важливості маркетингових механізмів; спрощене розуміння маркетингу (особливо пов'язуючи його лише з рекламою); відсутність фахівців з міського та регіонального маркетингу.

У нинішній ситуації швидке соціальне та економічне зростання у багатьох регіонах нашої країни та задоволення потреб місцевого населення є особливо важливим, тому розробка результативної маркетингової стратегії підприємства, що має наміри вийти на світову сферу торгівлі, прямо впливає від правильно поставлених цілей та завдань компанії на кожному етапі складання стратегії.

Список використаних джерел

1. Багорка М. О., Челак В. В. Сутнісна характеристика маркетингових стратегій, особливості та принципи їх формування у діяльності аграрних підприємств // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 20, частина 1. С. 32–36.

2. Левченко К. А. Маркетингова стратегія підприємства на ринку промислових товарів України: порядок формування та стратегічні рішення. Економіка та держава. 2018. № 3. С. 113–117.

3. Ащаулов В. В. Формування маркетингової стратегії підприємства з урахуванням його корпоративної місії. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2013. № 5 (74). С. 50–54.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Новіков І. О.,

студент Миколаївського національного університету

імені В. О. Сухомлинського

(науковий керівник – **Корнєва Н. О.,** к.е.н,

доцент кафедри фінансів та обліку

Миколаївського національного університету

імені В. О. Сухомлинського

Одним із бар'єрів на шляху ефективного розвитку страхового ринку є недостатній рівень його планування. Планування як операційний процес передбачає послідовну реалізацію трьох етапів: аналіз поточного стану, прогнозування майбутніх значень планових показників та безпосереднє складання планів із механізмами їх реалізації та поточного коригування [1].

Одним із можливих шляхів розв'язання поставлених завдань є, на нашу думку, застосування статистичних методів прогнозування, які дозволяють отримати очікувані значення характеристик досліджуваних показників.

За наявними даними щодо обсягів надходжень страхових платежів за 2010–2019 рр. (табл. 1) за допомогою лінійних трендових моделей та методів екстраполяції побудуємо прогноз на три роки.

Таблиця 1

**Обсяги надходжень страхових платежів (внесків, премій)
у 2010–2019 рр., млн грн**

Рік	Обсяги надходжень страхових платежів (внесків, премій), млн грн	Рік	Обсяги надходжень страхових платежів (внесків, премій), млн грн
2010	23081,7	2015	29736,0
2011	22693,5	2016	35170,3
2012	21508,2	2017	43431,8
2013	28661,8	2018	49367,5
2014	26767,3	2019	53001,2

З використанням прикладного програмного забезпечення – пакету аналізу «Аналіз даних» нами здійснений регресійний аналіз моделі лінійного тренду, результати аналізу зведені в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка адекватності моделі лінійного тренду

Регресійна статистика	Значення
Множинний коефіцієнт кореляції	0,87
Множинний коефіцієнт детермінації	0,76
F-критерій	24,84
Стандартна помилка	6153,37
Кількість спостережень	10

Результати розрахунків, наведені в таблиці, дозволяють зробити висновки про адекватність побудованої моделі. Відповідно до шкали Чеддока, між факторами існує тісний зв'язок (множинний коефіцієнт кореляції дорівнює 0,87). Коефіцієнт детермінації показує, що варіація обсягів надходжень страхових платежів на 76 % обумовлюється фактором часу, за допомогою якого також визначається точність регресії (відповідність отриманого рівняння регресії емпіричним даним). Вплив неврахованих в моделі факторів складає 24 % [2].

Лінійна трендова модель обсягів надходжень страхових платежів має вигляд: $Y = 13738,41 + 3376,53 \cdot t$.

За отриманими результатами на основі моделі лінійного тренду визначимо прогнозні значення досліджуваного показника на найближчі три роки (табл. 3).

Таблиця 3

Визначення теоретичних і прогнозних значень обсягів надходжень страхових платежів на основі моделі лінійного тренду

Рік	Обсяги надходжень страхових платежів (внесків, премій), млн грн	<i>t</i>	Теоретичні значення ряду динаміки $Y=13738,41+3376,53 \cdot t$
2010	23081,7		17114,94
2011	22693,5		20491,47
2012	21508,2		23868
2013	28661,8		27244,53
2014	26767,3		30621,06
2015	29736,0		33997,59
2016	35170,3		37374,12
2017	43431,8		40750,65
2018	49367,5		44127,18
2019	53001,2		47503,71
Прогноз за моделлю лінійного тренду			
2020			50880,24
2021			54256,77
2022			57633,3

На основі отриманого прогнозу розрахуємо на перспективу середньорічний коефіцієнт росту на основі другого періоду з використанням базисного року.

$$\bar{K}_P = \sqrt[k-1]{\frac{Y_k}{Y_0}} = \sqrt[6-1]{\frac{53001,2}{26767,3}} = 1,146 \text{ або } 114,6 \%, \text{ тобто у другому періоді також}$$

відбувається щорічне зростання обсягів надходжень страхових платежів у розмірі 15 %.

Прогноз обсягів надходжень страхових платежів у 2020–2022 рр. становитиме:

$$Y_{2020} = 53001,2 \cdot 1,146 = 60739,38 \text{ млн. грн.}$$

$$Y_{2021} = 53001,2 \cdot (1,146)^2 = 69431,6 \text{ млн. грн.}$$

$$Y_{2022} = 53001,2 \cdot (1,146)^3 = 80031,8 \text{ млн. грн.}$$

Отже, прогноз обсягів надходжень страхових платежів складений на основі тенденцій, які склалися в «передісторії». Враховуючи те, що ринок страхування розвивається в умовах невизначеності та постійних змін, можливість застосування традиційних моделей, заснованих на екстраполяції стаціонарних процесів, є значно обмеженою.

В результаті проведеного дослідження у роботі запропоновано шляхи вирішення актуальної науково-практичної проблеми удосконалення моделювання страхового ринку в розрізі національного та регіонального аспектів.

Список використаних джерел

1. Kozmenko, O.V. (2008). Insurance market of Ukraine in the context of sustainable development: monograph. Sumy: UABS NBU [in Ukrainian].
2. Hurina O., Krylenko V., Novikov I. (2021). Forecasting the Main Indicators of Insurance Companies. *Modern Economics*, 25(2021), 52–57. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V25\(2021\)-08](https://doi.org/10.31521/modecon.V25(2021)-08)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ

Молодоження А. О., студентка Лозівської філії
Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу
(науковий керівник – **Луценко І. В.**,
викладач вищої категорії, викладач-методист
Лозівської філії Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу)

На сьогодні досягнення стійкого розвитку та зазначених у загальнодержавних документах цілей істотно ускладнюється, а то й унеможливується через економічну та соціальну неготовність і небажання суспільних інститутів проведення реальних реформаторських заходів.

Соціально-економічний розвиток відображає кореляційну залежність між рівнем економічного розвитку і вирішенням соціальних проблем країни і її господарюючих суб'єктів. Під даним терміном розуміють процес трансформації відносин між економічними суб'єктами та соціальними групами населення.

Соціально-економічний розвиток підприємства є незворотнім процесом, який забезпечує спонтанні чи керовані переходи від одного неповторного стану, що забезпечується неможливістю повного відтворення різноманітності, якості, кількості та сили впливу факторів, які його визначили, до іншого через процеси змін.

Варто виокремити такі слабкі сторони інноваційного розвитку економіки України:

– Економіка країни відіграє роль ресурсного донора, і приймає мізерну участь як субпідрядник у науково-технічній сфері. Важливо віднайти нові можливості для наукового сектора, оскільки постійно розвиваються новітні сфери наукового світу.

– Відсутність єдиної та чіткої системи державної підтримки підприємства.

- Низький рівень капіталовкладень у науково-дослідні розробки, особливо на підприємствах.
- Зростання рівня безробіття, насамперед у сільських районах.
- Інноваційний потенціал регіонів для залучення іноземного капіталу використовується надто слабо.
- Розвиток науки відбувається окремо від економічних потреб.
- Низький рівень коопераційних зв'язків між сектором науки та бізнесом, які ще й не мають стратегічного характеру.
- Проблема подрібненості підприємництва, що має наслідком складність реалізації крупних інноваційних проектів.

Вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності. Фірма може виявитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються, і відреагувати на них вчасно. Вибір стратегії – найважливіша складова циклу інноваційного менеджменту.

Оскільки інноваційні процеси мають великий вплив на соціально-економічний розвиток суспільства в цілому, то успішна інноваційна діяльність неможлива без державної підтримки. Без сумніву, держава повинна регулювати інноваційний процес, бо наразі саме він визначає перспективи розвитку країни.

Перехід до інноваційного шляху розвитку повинен бути для економіки України одним з основних напрямків державної політики, з чітко вираженою стратегією та методами здійснення функцій, передбачених Законом України «Про інноваційну діяльність». Інноваційна діяльність спроможна забезпечити економічну незалежність України та подолання розриву з економічно розвиненими країнами.

Продуктивність інноваційного процесу значною мірою визначається механізмами його організації й ефективністю втілення інноваційної стратегії. Саме від цих аспектів залежить, як швидко результати фундаментальних досліджень будуть трансформуватися у прикладні розробки, а останні – втілюватись у конкретні інновації, що будуть впроваджуватися на усіх рівнях господарювання.

Посилення безпеки та конкурентоспроможності економіки України, досягнення економічної незалежності потребує переведення країни на колію соціально-економічного розвитку. Це пов'язано із грамотно сформованою й ефективно реалізованою інноваційною стратегією, інкорпорацією людського потенціалу в концепцію інноваційної моделі. В умовах політико-економічної нестабільності головне завдання держави – стимулювання, вибудування та реалізація адекватної інноваційної стратегії на національному, регіональному й локальному рівнях. Головною квестією подальшого соціально-економічного розвитку України є якісне налаштування на вирішення питань, пов'язаних із стратегічним управлінням інноваційним розвитком на всіх рівнях господарювання. За відсутності цього неможливе вирішення економічних, соціальних, екологічних та інших проблем.

Список використаних джерел

1. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/17874/09-Ivashenko.pdf?sequence=1>
2. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5138>
3. https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/dis_yurynets.pdf
4. Ворожейкін І. Є. Управління соціальним розвитком організації: підручник. Серія: Вища освіта. – М.: ИНФРА-М, 2001.
5. Економіка і організація інноваційної діяльності: підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; за ред. проф. О. І. Волкова. – К.: ВД «Професіонал», 2004.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Клюс А. О., студентка Лозівської філії
Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу
(науковий керівник – **Минич Ю. В.**,
викладач першої категорії
Лозівської філії Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу)

Перехід до інноваційного шляху розвитку як підприємства, так і економіки держави, в цілому, повинен бути одним з основних напрямків розвитку економічного зростання. Проблеми економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах необхідно вирішувати за допомогою стратегічних та інноваційних рішень.

Висока якість життя, національна безпека, охорона довкілля, високий науково-технічний рівень розвинених країн світу досягнуті завдяки цими рішеннями.

Інноваційна діяльність в умовах переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку набуває особливого значення. Охопивши різні аспекти ринкових відносин (виробничі, підприємницькі, соціальні) інноваційний процес сприяє зростанню промислового виробництва, дає змогу підвищувати продуктивність праці, залучати до виробничої сфери нові резерви.

В умовах зростаючої конкуренції активна інноваційна діяльність на підприємствах дедалі більше визначає успіх підприємницької діяльності. Інноваційна діяльність повинна стати одним із важелів виведення економіки України з кризової ситуації, адже науковий потенціал держави достатньо потужний.

Інноваційна діяльність – це діяльність, направлена на використання результатів наукових досліджень і розробок для розширення й оновлення номенклатури та поліпшення якості продукції (товарів, послуг), що випускається, вдосконалення технології їх виготовлення з ефективною реалізацією на внутрішніх і зовнішніх ринках.

Організаційні та економічні нововведення неодмінно ведуть до позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах. Рівень інноваційних процесів на підприємстві характеризує його конкурентоспроможність у ринкових відносинах, можливість забезпечувати та підтримувати лідерські позиції на всіх напрямках його господарської діяльності.

Вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності. Фірма може виявитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються, і відреагувати на них вчасно. Вибір стратегії – найважливіша складова циклу інноваційного менеджменту.

Зв'язок між загальною стратегією підприємства та стратегією в області науково-технічного прогресу реалізується, перш за все, при впровадженні нової продукції і змінах в процесі виробництва.

Характерною межею сучасного етапу економічно розвинених країн є саме інноваційний шлях розвитку, в основі якого лежить цілеспрямований процес пошуку, підготовки та реалізації інновацій, які дозволяють підвищити ефективність суспільного виробництва.

Інновації забезпечують більш високий рівень віддачі, ніж звичайне залучення додаткових ресурсів, тому саме інноваційна діяльність стає найважливішим чинником конкурентоспроможності, зокрема не тільки підприємства але й національної економіки у системі світового господарювання.

Оскільки інноваційні процеси мають великий вплив на соціально-економічний розвиток суспільства в цілому, то успішна інноваційна діяльність неможлива без державної підтримки. Без сумніву, держава повинна регулювати інноваційний процес, бо наразі саме він визначає перспективи розвитку країни.

Результати інноваційної діяльності, ініційованої прискоренням темпів науково-технічного прогресу, істотно позначаються на всіх аспектах розвитку людського суспільства, змінюють саме середовище життя та діяльності людини, способи забезпечення його існування та розвитку.

Таким чином інновація – це є такий вид нововведення у економічну чи соціальну сферу життя суспільства, який забезпечує підвищення результатів використання ресурсів, поліпшення якості здійснення виробничих процесів, знижує втрати в процесі виробництва, забезпечує охорону навколишнього середовища.

Список використаних джерел

1. Гордуновський О. М. Сучасний стан та напрями посилення інноваційної безпеки України / О. М. Гордуновський // Фінансовий простір. – № 2 (14). – 2014. – С. 23–29.

2. Гришова І. Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств / І. Ю. Гришова, О. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 2 (7). – С. 47–51.

3. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / [Шинкарук Л. В., Бевз І. А., Барановська І. В. та ін.] ; за ред. чл.-кор. НАН України Л. В. Шинкарук; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2015. – 304 с.

ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА: СУЧАСНИЙ СТАН

Чередник Д. О., студентка Лозівської філії
Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу
(науковий керівник – **Стародубцева О. С.**,
викладач першої категорії
Лозівської філії Харківського державного
автомобільно-дорожнього коледжу)

Криза інноваційної сфери становить загрозу економічній безпеці країни, тому необхідно вдосконалювати механізми державного регулювання інноваційної сфери, здійснювати заходи, спрямовані на підвищення інноваційної мотивації господарюючих суб'єктів. Першочерговим завданням підвищення рівня інноваційної безпеки є подолання існуючих загроз та використання інноваційного потенціалу [1, с. 25–26].

Розбудова національного промислового комплексу, формування адекватної до сьогоденної ситуації моделі інноваційної політики потребує спрямування зусиль на розвиток інноваційних кластерів, налагодження співробітництва та інших зв'язків у межах кооперації. Високорозвинені країни взяли на себе роль створення і контролю в своїх інтересах технологічних ланцюгів світової активності з виробництва та просування на міжнародний ринок певних продуктів чи послуг [2, с. 5]. Тому стратегічною метою України є умонтування своїх виробництв у ланки з високою доданою вартістю. На разі в Україні превалює розвиток монопольних секторів, що зводить створення загального обсягу товарів, робіт і послуг практично до мінімуму. А діяльність мікропідприємств ускладнена політико-економічними колізіями.

За останні роки за державної підтримки були створені сотні об'єктів інноваційної інфраструктури. Переважаючим елементом інноваційної інфраструктури України є інформаційно-консультаційні установи. Відбулось суттєве зростання науково-навчальних центрів, центрів інновацій та трансферу технологій, комерціалізації інтелектуальної власності, регіональних центрів з інвестицій та розвитку. На противагу, варто відмітити незначне збільшення кількості таких компонентів інноваційної інфраструктури, як бізнес-інкубатори, науково-виробничі комплекси, наукові й технологічні парки. Водночас кількість тих структур, що реально працює, є значно менша. Практично не функціонують у країні індустріальні парки та відсутній поступ інноваційно-технологічних кластерів. Ці організаційні форми інноваційної діяльності є одними з найважливіших і найефективніших компонентів інноваційної інфраструктури і, на жаль, вони займають незначну частку у структурі компонентів інноваційної інфраструктури України.

Як показує вітчизняний і зарубіжний досвід, важливе значення для інноваційного розвитку країни має стимулювання креативності, розроблення

та впровадження інновацій у всіх сферах економіки, підтримка підприємництва, що працює на інноваційних началах, становлення інноваційного суспільства загалом. Для України домінантою у цьому мають стати засоби, зорієнтовані на зменшення міграції інтелектуального капіталу та підвищення компетентності персоналу, зокрема топ-менеджерів в інноваційній сфері. Необхідним постає використання інноваційного потенціалу держави з метою вироблення інноваційних рішень на підставі отриманих результатів наукових досліджень у природничому, технічному, соціальному та гуманітарному напрямках. Для цього, насамперед треба усвідомити безальтернативність інноваційного розвитку задля підвищення рівня технологічного розвитку національної економіки, як наслідок незамінної умови посилення її безпеки та конкурентоспроможності.

В основі інноваційної економіки лежать нові знання, що мають інформаційну основу і втілюються в інноваціях завдяки розробленню та впровадженню стратегій. Саме знання й інформація є ключовими чинниками економічного зростання та конкурентоспроможності. В цьому контексті важливо приділити увагу правовим умовам, виробленню економічних та організаційних управлінських рішень для вибудування інноваційного суспільства, зокрема розвитку та розповсюдження використання національних інформаційних і комунікаційних технологій, нових видів бізнес-моделей та електронного бізнесу.

Основними недоліками державної політики в інноваційній сфері варто назвати відсутність стратегічного мислення, рішень і культури, політичної волі суб'єктів управлінського впливу, ефективно реалізованих комплексних заходів і дій.

Для втілення інноваційної стратегії розвитку економіки України, становлення інноваційної економіки потрібно підсилити вимоги до якості людського капіталу. Важливим постає розвиток ключових компетенцій, зокрема підприємництва, ініціатив та інноваційних підходів [3, с. 83–87].

Список використаних джерел

1. Гордуновський О. М. Сучасний стан та напрями посилення інноваційної безпеки України / О. М. Гордуновський // Фінансовий простір. – № 2 (14). – 2014. – С. 23–29
2. Структурні трансформації в економіці України: динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / [Шинкарук Л. В., Бевз І. А., Барановська І. В. та ін.]; за ред. чл.-кор. НАН України Л. В. Шинкарук; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2015. – 304 с.
3. Гришова І. Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств / І. Ю. Гришова, О. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 2 (7). – С. 47–51.

РОЗВИТОК СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Малихіна К. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Ільченко В. М.**, к.е.н, доц.,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

Якщо проаналізувати зміни, які відбулися за останні 150 років, то можна побачити, що відомі підприємці виготовляли продукцію залізничної, нафтяної, машинобудівної та металургійної промисловості, тоді як, підприємці 2000–2021 рр. заробляють на продажі інформації, засобах зв'язку та технологіях. За останні двадцять років галузь інформаційних технологій стала основою конкурентоспроможності світової економіки, що спричинило появу нових методів управління та удосконалення бізнес-моделей.

В Україні з появою нового типу підприємця, що використовує в своїй діяльності нові технології, інновації та досягнення в науці, все більшої актуальності набувають стартапи. Однак низький інтерес держави до інновацій змушує молоді компанії співпрацювати з іноземними інвесторами, які допомагають реалізувати проекти та домогтися конкурентоспроможності стартап-компанії.

Стартап або стартап-компанія – нещодавно створена компанія (можливо ще не зареєстрована офіційно, але серйозно планує стати офіційною), що знаходиться на стадії розвитку і буде свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, які з'явилися, та володіє обмеженим набором ресурсів [1]. Стартап-компанії є найбільшими агентами інноваційної системи та успішно працюють на міжнародних ринках, тому їх важливо досліджувати. Отримані дані допомагають підприємцям, інвесторам та уряду оцінити соціально-економічні аспекти стартапів та прискорити розвиток екосистеми країни. Успішність стартап-компаній багато в чому залежить від наявності унікальної ідеї, команди та продумано складеного бізнес-плану компанії. Стартап-компанії пропонують конкретні рішення проблем для певної аудиторії та є гнучкими до потреб ринку. Кожен стартап необхідно розглядати як проект, який має певні етапи свого розвитку.

За твердженням представників інноваційного бізнесу, до 2005 р. в Україні майже не було стартапів. Головним поштовхом до їх розвитку та становлення в Україні стала економічна криза 2008 р., після якої багато інвесторів звернули увагу на ринок технологій [2].

Розвиток стартапів у сучасних економічних умовах є важливим аспектом у підвищенні інвестиційного клімату країни, розвитку інноваційної діяльності та підтримці малого і середнього бізнесу. Для успішного створення та розвитку стартапу необхідна наявність сприятливого середовища, а саме доступ до фінансів та знань [3]. Фінансування стартапів на ринку України є досить проблематичним, так як залучити інвестиції на розвиток новоствореної компанії дуже складно. Через небажання учасників розкри-

вати інформацію, більшість угод проводиться неофіційно, а тому виникає проблема в проведенні оцінки ринку стартапів.

В розвитку стартапів важливе значення відіграють бізнес-інкубатори – організації, що надають за певних умов та на певний час суб'єктам малого та середнього бізнесу спеціально обладнанні приміщення та інше майно для здійснення діяльності з метою залучення у неї фінансування. В Україні налічується близько десяти бізнес-інкубаторів. Також до української екосистеми, що допомагає стартапам, входять стартап школи та акселератори, які були створені за підтримки інвесторів, грантових іноземних програм та організацій.

Індустрія стартапів в Україні за останні роки помітно зросла. Збільшилася кількість проектів та обсяг інвестицій в них. Значно посилюється інтерес іноземних інвесторів до українських інновацій. Багато експертів ведуть дискусії щодо якості вітчизняних стартапів та їх спроможності конкурувати на світовому ринку. Більшість стартапів України діють в Києві. Інша частина задіяна в Дніпрі, Одесі, Харкові, Львові та інших містах країни. За даними світового рейтингу стартап сервісу STARTUP RANKING Україна посідає 34 місце серед 150 країн, що є досить високим результатом.

Відсутність сприятливого інвестиційного клімату та недостатня підтримка державою нових проектів є основними проблемами розвитку стартапів в Україні.

Для успішної розбудови екосистеми стартапів в Україні держава повинна забезпечити певні умови, в тому числі, підтримку інноваційних проектів. В реалізації зазначених вище настанов важливими етапами є покращення в цілому підприємницького клімату в Україні, забезпечення актуальною інформацією потенційних суб'єктів бізнес процесу, створення якісних механізмів обґрунтування техніко-економічної складової проектів, а також надання відповідних гарантій інвесторам. Незважаючи на ряд проблем, з якими стикаються українські стартапи, на вітчизняному ринку є досить багато успішно реалізованих інноваційних проектів.

Список використаних джерел

1. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф. М.: Альпина, 2013. – 616 с.
2. Курченко О. О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/80-87__no-2__vol-57__2016__UKR.pdf
3. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>
4. Ukrainian Startups' Rating [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.startupranking.com>
5. Саліхова О. Б. Створення статистичного підґрунтя для оцінки особливостей інноваційних стартапів України / О. Б. Саліхова, О. О. Курченко // Статистика України. – 2016. – № 1. – С. 18–21.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ НАУЦІ

Яковенко А. В.,

студентка Миколаївського національного університету
імені В. О. Сухомлинського
(науковий керівник – **Данік Н. В.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки, менеджменту та фінансів
Миколаївський національний університет
імені В. О. Сухомлинського)

У часи економічної кризи важливо знайти шляхи розробки стратегії, яка відповідає умовам діяльності та можливостям організації. Ключовою особливістю сьогодення є формулювання та реалізація стратегій щодо частки власного капіталу, оскільки здатність розвиватись за рахунок внутрішніх джерел в умовах обмеженості позичкового фінансування є запорукою сталості.

Глобальна економічна криза, яка все більше впливає на українську економіку, підтверджує необхідність уточнення напрямку соціально-економічного розвитку країни на внутрішнє виробництво та основні промислові підприємства.

Через кризу неправильне спрямування короткострокової програми розвитку промислових підприємств не змогло отримати економічного зростання, оскільки програма спрямована лише на локалізацію збитків під час кризи. Тому антикризові заходи не виключають необхідності промислових підприємств розробляти довгострокові стратегії економічного зростання. Водночас поточна глобальна економічна криза значно ускладнила процес розробки та реалізації довгострокової стратегії економічного зростання для українських промислових підприємств, які через свою специфіку втратили виробничі потужності та конкурентоспроможність на світовому ринку.

Успішна реалізація стратегії залежить не тільки від обраних конкретних орієнтирів та стратегічного напрямку, якого необхідно досягти, а й від швидкої та якісної реалізації запланованої роботи, що вимагає інтеграції стратегій маркетингу, тактичної діяльності та методів маркетингового планування.

Оптимізувати процес розробки та реалізації маркетингової стратегії можливо лише шляхом розробки комплексного маркетингового плану, який застосовується не тільки до продажів та реклами, а й до всіх основних підрозділів. Потрібно розробити формат інтегрованого плану маркетингових заходів, який включає комплексний план маркетингових досліджень, орієнтири (маркетингові цілі в рамках загальних завдань компанії), SWOT-аналіз, стратегічний напрямок досягнення цілей та систему заходів для реалізації стратегії (плани дій та їх бюджети), прогнози, варіанти та механізми оцінки ефективності маркетингової діяльності.

В сьогоденних умовах доцільно розробляти стратегічний маркетинговий план на один рік, з відповідною розбивкою на місяці. Причинами

цього є: динаміка розвитку ринку, здатність більш гнучко реагувати на зміни навколишнього середовища, нереальний характер довгострокових планів (важко точно передбачити майбутнє через 5–7 років), необхідністю гнучко використовувати виробничі потужності та забезпечувати швидку окупність інвестицій.

Реалізація маркетингового плану залежить від здатності організації адаптуватися до структурних змін. Пропонується подальше вдосконалення функцій організації за допомогою специфічних регуляторних механізмів. Таким механізмом є взаємодія персоналу, цільових груп та проектних груп, відповідальних за координацію маркетингу стратегічно важливих заходів.

Конкурентоспроможність компанії може бути досягнута різними способами шляхом реалізації виробничої функції. Найбільш очевидним є зниження витрат фірми порівняно з конкурентами. Однак це не єдиний шлях. Інші способи забезпечення конкурентоспроможності фірми через її виробничу функцію включають:

1. Лідерство у мінімізації витрат.
2. Технічна характеристика продукції. Конструкція виробу дозволяє експлуатувати його з більш високими показниками, ніж у конкурентів.
3. Надійність виробу. Рекламу автомобілю можна зробити, рекламуючи, наприклад, пробіг автомобіля при мінімумі поломок на 10000 км пробігу.
4. Швидкість доставки.
5. «Індивідуалізація» виробів за вимогами замовників. У деяких фірм можна придбати будь-який виріб за вашим індивідуальним замовленням.
6. Своєчасне впровадження продукції на ринок.

Варто зауважити, що в умовах сильної конкуренції підприємству недостатньо досягти низьких витрат на продукцію, що випускається. Необхідна ще і висока якість виробів, пропонованих споживачу. Існує дві окремі категорії якості: якість продукції і якість процесу. Рівень якості кожного окремого виду продукції змінюється залежно від того, для якого сегмента ринку вона призначається.

Основною метою розробки стратегії виробництва є, по-перше, правильне визначення конкретних виробничих вимог (зазвичай на основі найважливіших пріоритетів, визначених маркетинговими дослідженнями), по-друге, розробка планів оперативного забезпечення, які гарантують, що операційні можливості (і можливості підприємства) виявляться достатніми для виконання цих вимог.

Список використаних джерел

1. Удосконалення виробничої стратегії підприємства. URL: <https://www.bestreferat.ru/referat-211321.html> (дата звернення 13.10.2021).
2. Сучасні підходи до формування конкурентної стратегії розвитку підприємства. URL: https://vuzlit.ru/776040/suchasni_pidhodi_do_formuvannya_konkurentnoyi_strategiyi_rozvitku_pidpriyemstva (дата звернення 13.10.2021).
3. Формування та реалізація стратегії розвитку підприємства. URL: https://knowledge.allbest.ru/management/2c0a65625b2bd78b5c43a88421306d26_0.html (дата звернення 13.10.2021).

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Семакіна Д. Е.,

студент Університету митної справи та фінансів

Тихоненко С. О.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Брус Т. М.,** к.н.держ.упр., доц.,

доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування

Університету митної справи та фінансів)

Для ефективної реалізації державної політики у сфері охорони здоров'я було створено та оновлено ряд державних структур, які відповідають за впровадження напрацьованих Міністерством політик.

Найбільша за функціоналом та повноваженнями з них – Національна служба здоров'я України, яка є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра охорони здоров'я для реалізації державних політик у сфері державних фінансових гарантії медичного обслуговування населення [1].

Є національним страховиком, який укладає договори із закладами охорони здоров'я та закуповує у них послуги з медичного обслуговування населення. Також служба контролює дотримання умов договорів та робить прямі виплати закладам за надані послуги. На сайті служби в режимі реального часу розташовані дашборди з відкритими даними щодо діяльності закладів первинної допомоги та аптечних закладів, від мапи закладів і вікової структури пацієнтів до кількості і складу медичних працівників і щомісячних виплат за кожним договором.

Слід зазначити, що впровадження змін в системі охорони здоров'я були б неможливі без ДП «Електронне здоров'я». Це державне підприємство було створено як елемент трансформації системи охорони здоров'я, що об'єднує реєстри медичних закладів, лікарів та пацієнтів з метою вироблення якісних рішень, які базуються на достовірних даних, що постійно оновлюються [2].

Виступає основним розробником технічного ядра eHealth – електронної системи охорони здоров'я, що забезпечує обмін медичною інформацією та реалізацію програми медичних гарантій населення. Також стає центром експертизи та площадкою, де розміщуються проекти з інформатизації та сучасні цифрові інструменти сфери охорони здоров'я. Система eHealth складається з: Центральної бази даних (адміністратор ДП «Електронне здоров'я») та Електронних медичних інформаційних систем – МІС (системи, які дають змогу автоматизувати роботу медзакладів).

Ще одна структура, яка також є рушієм змін в системі охорони здоров'я – Центр громадського здоров'я МОЗ. Установа відповідає за реалізацію політики збереження та зміцнення здоров'я населення шляхом популяризації прихильності до профілактики та своєчасного лікування захво-

рювань, популяризації здорового способу життя, а також забезпечення біологічної безпеки в країні. Одна з головних політик, яку реалізує центр – зміна парадигми мислення населення від необхідності лікування до необхідності збереження власного здоров'я [3].

Координує розбудову регіональних систем громадського здоров'я та надає підтримку регіональним лідерам у цьому процесі. Наразі в 11 регіонах створено центри громадського здоров'я, які складаються з колишніх регіональних центрів здоров'я, центрів медичної статистики, центрів моніторингу та оцінки СНІД/ВІЛ, лабораторних центрів МОЗ України.

Особливе місце серед інноваційної інфраструктури посідає Державне підприємство «Державний експертний центр Міністерства охорони здоров'я України» – уповноважена МОЗ експертна організація у сфері доклінічного вивчення, клінічних випробувань та державної реєстрації лікарських засобів. Також є головною організацією у сфері здійснення фармаконадзора, стандартизації медичної допомоги та медичного і фармацевтичного, обслуговування [4].

Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра охорони здоров'я. Реалізує державну політику у сферах контролю якості та безпеки лікарських засобів, медичної техніки і виробів медичного призначення, обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, протидії їх незаконному обігу.

Восени 2018 року МОЗ України створило державне підприємство «Медичні закупівлі України» – організацію, що буде поетапно забезпечувати централізовану закупівлю ліків та медвиробів за кошти державного бюджету і відповідатиме за прозорість та ефективність цих процедур. Крім того, передбачено, що підприємство буде адмініструвати електронні каталоги та проводити тендери для замовників ліків і медвиробів, а також здійснювати закупівлю за рамковими угодами.

Основна ціль держпідприємства – забезпечити якісні та ефективні закупівлі лікарських засобів та медичних виробів і стати центром закупівельної експертизи щодо медичних товарів.

Таким чином, цифрова трансформація системи охорони здоров'я в Україні та їх інтеграція в єдину систему, забезпечує раціональне об'єднанням зусиль пацієнтів, медичного персоналу, установ і організацій, місцевої та центральної влади і ефективним використанням ресурсів, які визначаються бюджетом та іншими джерелами для їх діяльності щодо задоволення потреб громадян у підтриманні їх здоров'я. Національна служба здоров'я України, Центр громадського здоров'я, ДП «Електронне здоров'я», Державний експертний центр, ДП «Медичні закупівлі України» та інші інституції системи зараз є ключовими агентами змін. Важливо забезпечити сталий розвиток цих інституцій та збільшення їхньої спроможності для того, щоб вони і далі відігравали ключову роль у подальшому вдосконаленні вітчизняної медичної системи.

Список використаних джерел

1. Про утворення Національної служби здоров'я України: Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2017 № 1101. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1101-2017-п#Text>. (Дата звернення 15.10.2021).

2. Про затвердження переліків лікарських засобів та медичних виробів, які повинні бути в складі аптечок медичних загальновійськових індивідуальних, аптечки автомобільної загальновійськової, наплічника медичного загальновійськового санітара та наплічника медичного загальновійськового санітарного інструктора: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 05.01.2017 № 6. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0113-17#Text>. (Дата звернення 15.10.2021).

3. Про утворення державної установи «Центр громадського здоров'я Міністерства охорони здоров'я України»: наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18.09.2015 № 604. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0604282-15#Text>. (Дата звернення 15.10.2021).

4. Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.03. 2020 р. № 212. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/212-2020-п#Text>.(Дата звернення 15.10.2021).

ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ РЕГІОНІВ КРАЇНИ ЯК ВАЖЛИВИХ СКЛАДОВИХ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Ульянова Л. П.,

к.е.н., доц., доцент кафедри
міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

Чайка Ю. М.,

к.е.н., доц., доцент кафедри
міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

Забезпечення сталого економічного розвитку будь-якої сучасної ринкової країни передбачає врахування усіх необхідних передумов її ефективного функціонування, встановлення певної підпорядкованості їхнього створення. Особливе значення останнє набуває для країн, економіка яких являє собою складне формування, з великими регіональними особливостями, тобто, є економічною системою, котра складається з багатьох окремих, сформованих за визначеними організаційно-економічними ознаками, частин. При цьому по мірі загострення економічних, технологічних, екологічних проблем, обумовлених протиріччями постіндустріального розвитку та

не завжди раціональною людською діяльністю, у дослідженнях перспектив якості майбутнього існування людства все більшої уваги потребує аналіз ресурсних можливостей окремих регіонів країни, їхнього збалансованого розвитку у контексті задоволення загальносуспільних вимог та потреб. З огляду на зазначене, здійснюване дослідження є вельми актуальним і має велике практичне значення.

Розгляд економічних досліджень українських вчених – економістів, які охоплюють макросередовище і є підґрунтям для вироблення соціально-економічної політики країни, показує, що більшість з них у якості предмету аналізу висувують національну економіку як цілісний моно об'єкт, без чіткої конкретизації особливостей регіонів, існуючих у її межах. Наявність таких підходів, на наш погляд, можна пояснити, з одного боку, тим, що регіональна економіка виділяється у окрему галузь знань та їй відводиться якби інший рівень дослідження, а, з іншого, використанням можливості узагальнення та спрощення концептуальних засад макроекономічної теорії. В результаті при визначенні державних регуляторних заходів можуть залишатися без необхідної уваги територіальні, природні, геополітичні, соціально-економічні, національно-культурні та інші умови і чинники, що склалися у регіонах України і які безпосередньо впливають на ефективність реалізації складових сталого економічного розвитку української економіки.

Регіональна структура національної економіки представлена наступними економічними районами: Північно-Західний у складі Рівненської та Волинської областей; Карпатський (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Чернівецька області); Подільський (Вінницька, Тернопільська, Хмельницька області); Столичний (Житомирська, Чернігівська, Київська області, м. Київ); Північно-Східний (Полтавська, Сумська, Харківська області); Центральний (Кіровоградська, Черкаська області); Придніпровський (Дніпропетровська, Запорізька, області); Донецький (Донецька, Луганська області); Причорноморський (Миколаївська, Одеська, Херсонська області, АР Крим, м. Севастопіль).

Існуюча складна регіональна структура вітчизняної економіки вимагає посилення, особливо за умов тривалих воєнних дій на Сході, інтеграційних регіональних процесів у межах єдиного економічного простору нашої країни, створення реальної економічної зацікавленості усіх членів суспільства у збереженні ефективного використання як усіх територіально-природних ресурсів регіонів, так і національного багатства країни в цілому.

Зрозуміло, що розв'язання такого складного завдання потребує значних зусиль при прийнятті та реалізації управлінських заходів та програм. При тому, виходячи з вищезазначеного, необхідно, по-перше, уникати можливості виникнення протиріч між загальнонаціональними та регіональними інтересами; по-друге, знаходити такі оптимальні державні рішення, які забезпечать сумісність та єдність макроекономічних та регіональних планів майбутнього розвитку.

З метою покращення якості макроекономічних досліджень національної економіки як багато регіональної організації доцільно більш ретельно аналізувати вертикальні та горизонтальні зв'язки у наступних площинах: «центр – регіони» та «міжрегіональні взаємовідносини».

Необхідно відмітити, що дані аспекти наукових розробок є вельми значимими з погляду на пошук шляхів вдосконалення державного регулювання економічних взаємовідносин між загальнонаціональним центром та регіональними одиницями. Так, у якості одного з важливих критеріїв результативності економічної політики держави повинна бути максимізація кількості самодостатніх регіонів та, відповідно, зменшення кількості регіонів, що потребують дотаційних коштів. При цьому, такі зміни не повинні перетворюватися у самоціль державних заходів та програм. Вони мають здійснюватися з врахуванням доцільності централізованої фінансової підтримки деяких регіональних підприємств, необхідності підтримання оптимального рівня зайнятості на певній території, не допущення збільшення диференціації реальних доходів населення якогось регіону у порівнянні з іншими. Важливими складовими державної економічної політики завжди повинні залишатися підходи до стимулювання регіональної інвестиційної діяльності та ділової активності усіх суб'єктів господарювання.

ОДНОРАЗОВЕ (СПЕЦІАЛЬНЕ) ДОБРОВІЛЬНЕ ДЕКЛАРУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ ПРЕВЕНТИВНО-ПАРТНЕРСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ

Біліченко А. П.,

аспірант Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Борисенко О. П.**, д.держ.упр.,

професор кафедри публічного управління

та митного адміністрування

Університету митної справи та фінансів)

З метою стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету було прийнято закон від 15.07.2021 р. № 1539-ІХ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету».

Відповідно до вищевказаного закону, одноразове (спеціальне) добровільне декларування – це особливий порядок добровільного декларування

фізичною особою належних їй активів, розміщених на території України та/або за її межами, якщо такі активи фізичної особи були одержані (набуті) такою фізичною особою за рахунок доходів, що підлягали в момент їх нарахування (отримання) оподаткуванню в Україні та з яких не були сплачені або сплачені не в повному обсязі податки і збори відповідно до вимог законодавства з питань оподаткування та/або міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, та/або які не були задекларовані в порушення податкового та валютного законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, протягом будь-якого з податкових періодів, що мали місце до 1 січня 2021 р.

Декларування проводиться з 1 вересня 2021 р. до 1 вересня 2022 р.

До суб'єктів подання одноразової (спеціальної) добровільної декларації належать фізичні особи – резиденти, у тому числі самозайняті особи, й фізичні особи – нерезиденти України, які на момент отримання об'єкта декларування були резидентами і які є або були платниками податків.

Одноразову добровільну декларацію до Державної податкової служби подає безпосередньо декларант в електронному виді через Електронний кабінет у розділі «Одноразова (спеціальна) добровільна декларація».

Декларанти можуть відзвітувати перед державою про наявність такого нерухомого майна, як: земельні ділянки, житлова нерухомість (будинки, квартири, дачні будинки, кімнати у комунальних квартирах) та нежитлова нерухомість (офісні, торговельні приміщення, ресторани, гаражі тощо).

Також у декларації можна буде вказати рухоме майно (транспорт та інші самохідні машини або механізми), цінне рухоме майно (наприклад, предмети мистецтва, антикваріат, дорогоцінні метали та камені, ювелірні вироби та ін.).

Валютні цінності також належать до майна для декларування. Сюди відносяться: банківські метали (крім тих, що не розміщені на рахунках), національна валюта, іноземна валюта (крім готівкових коштів), права грошової вимоги (депозити, вклади, надані борги за договором позики тощо).

Паї, корпоративні права, цінні папери, майнові права на об'єкти інтелектуальної власності, а також право на отримання дивідендів, процентів чи іншої аналогічної майнової вигоди, не пов'язані із правом власності на цінні папери, теж підлягають декларуванню.

При цьому необхідно готівкові кошти в національній та іноземній валютах і банківські метали розмістити на банківських рахунках до подачі одноразової декларації.

Збір з одноразового декларування відбувається за ставками – 2,5 %, 5 %, 9 % та 11 %. Так, 2,5 % ставки застосовується щодо активів у виді державних облігацій України з терміном обігу більш ніж рік без права дострокового погашення, придбаних у період з 1 вересня поточного року до 31 серпня 2022 р. до подання декларації. 5 % ставки застосовується щодо наступних об'єктів декларування: валютні цінності, розміщені на рахунках у банках в Україні, та права грошової вимоги до резидентів України.

9 % ставки застосовується щодо: валютних цінностей, розміщені на рахунках в іноземних банках або які зберігаються в іноземних фінансових установах, права грошової вимоги до нерезидентів України.

Подавши добровільну декларацію, влада обіцяє, що декларанти, які вирішили добровільно задекларувати статки, можуть бути впевнені, що податкова не перевірятиме джерела доходів, шляхом яких вони придбали ці активи. Також дані декларантів не будуть використовувати в розслідуваннях і перевітках та як докази в кримінальних і адміністративних справах. Крім цього, гарантується повна конфіденційність та не підлягатиме розголошенню інформація про майно громадян без їхньої письмової згоди, крім випадків, передбачених законами або рішенням суду. Добровільне декларування дає також змогу звільнитися від сплати військового збору [1].

Варто зауважити, що станом на 18.10.2021 р. громадянами України задекларовано до сплати понад 4,5 млн грн, що свідчить про дієвість механізму податкової амністії [2].

Список використаних джерел

1. Одноразове (спеціальне) добровільне декларування (матеріали презентації). URL: <https://tax.gov.ua/baneryi/odnorazove-dobrovilne-deklaruvannya/rozyasnennya-dlya-platnikov/prezentatsii/488597.html>

2. У рамках кампанії одноразового (спеціального) добровільного декларування до сплати задекларовано понад 4,5 млн гривень. URL: <https://tax.gov.ua/baneryi/odnorazove-dobrovilne-deklaruvannya/povidomlennya/511788.html>

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Кузнєцова Ю. А., Онищенко У. В.,

студентки Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Ільченко В. М.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства

Університету митної справи та фінансів)

Сучасний соціально-економічний стан країни обумовлений низкою соціальних проблем, серед яких переважно є зростання цін, низький рівень заробітних плат та пенсій, безробіття, військові дії й проблеми внутрішньо переміщених осіб, а також пандемія COVID-19 та супутні їй карантинні заходи. Ефективною формою розв'язання зазначених проблем може стати саме соціальне підприємництво.

Взагалі, термін «соціально-економічний розвиток» зображає кореляційну залежність між рівнем економічного розвитку і розв'язанням соціальних проблем країни та її господарюючих суб'єктів. Під даним терміном

розуміють процес трансформації відносин між економічними суб'єктами та соціальними групами населення.

Під соціальним підприємництвом ми розуміємо систематичну, в тому числі інноваційну, господарську діяльність, яка передбачає розв'язання соціальних проблем [3].

Соціальні підприємства – це простір, де підприємці можуть не тільки орієнтуватись на максимізацію прибутку від своєї діяльності, а й використовувати прибуток для досягнення ширших соціальних цілей. Основний зміст діяльності таких підприємств полягає у створенні благ, що принесуть суспільству значну соціальну цінність.

Найчастіше соціальне підприємництво діє в межах малого бізнесу. Діяльність саме малого бізнесу становить основу формування стабільного економічного стану України. Завдяки здатності швидко підлаштовуватись до змін попиту та потреб на ринку, підприємства малого бізнесу спроможні запропонувати унікальний продукт чи послугу, що буде актуальним під час цих змін.

Розвиток малого підприємництва пов'язаний з розв'язанням питань не лише економічного, а й соціального характеру. Серед останніх – створення нових робочих місць, а отже, підвищення зайнятості та рівня доходів населення, підвищення соціальної захищеності домогосподарств, формування середнього класу в суспільстві, наповнення місцевих бюджетів, вирішення гендерних питань тощо [2].

За даними базового дослідження від 2020 р. та аналізу інших аналітичних та статистичних джерел, в Україні працюють близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. Прогресуючий зріст кількості соціальних підприємств в останні 6 років (82 %) є своєрідною реакцією на прояви соціально-економічної кризи, що стала наслідком політичної та геополітичної.

У масштабі усього сектору соціального бізнесу приблизна та орієнтовна прогнозована величина внеску в економіку країни може складати суму майже 3 млрд грн на рік. Цей внесок складає 0,08 % ВВП України. Але якщо співставити частку задіяних трудових ресурсів та створений прогнозований кінцевий національний продукт, то з'ясується, що орієнтовна продуктивність економічної діяльності соціального бізнесу в Україні на 9 % вища, ніж середня по країні. При цьому треба брати до уваги, що головною метою діяльності соціального бізнесу не є отримання прибутку та досягнення високих економічних показників.

За даними статистики, 36 % соціальних підприємств спрямовують свій дохід на соціальні цілі. Вони складають 0,05 % всіх видатків державного бюджету України, передбачених на фінансування соціального захисту населення.

Найбільшу підтримку соціальний бізнес в Україні отримує від неурядових некомерційних громадських організацій (92 %), які залучають підприємців у соціальні проєкти, надають безплатну навчальну, інформаційну та консультативну допомогу тощо. Підтримка соціального бізнесу органами місцевого самоврядування здебільшого здійснюється в межах програм підтримки середнього та малого бізнесу [1].

Таким чином, можна зробити висновки, що соціальне підприємництво, як молодий інноваційний вид діяльності, відіграє важливу роль у підвищенні рівня соціально-економічному розвитку України. Саме соціальне підприємництво стає рушійною силою в розв'язанні соціальних проблем суспільства.

Проте одними з нагальних проблем соціального бізнесу є відсутність правового визначення, його диференціації та доступу до фінансових ресурсів, а також велике податкове навантаження.

Тому необхідним є забезпечення державної підтримки соціальному бізнесу, а також партнерство з боку традиційного бізнесу задля позитивної динаміки розвитку соціального підприємництва.

Список використаних джерел

1. Каменко І. С. Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf

2. Качула С. В. Фінансова політика держави та розвиток малого підприємництва: соціальний аспект. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». Вип. 10 (2). 2016. 170 с.

3. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. – К: ТОВ «Підприємство «ві ен ей», 2017. – 188 с.

TERADATA ЯК ЗАСІБ АНАЛІЗУ БАЗИ ДАНИХ

Чала К. Ю.,

студентка Національного авіаційного університету

(науковий керівник – **Попик Н. В.,** к.е.н.,

доцент кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки

Національного авіаційного університету)

Стрімке збільшення носіїв інформації та здешевлення вартості зберігання даних, призвело до появи методів, які здатні забезпечити більш швидкий доступ до необхідних даних – індекси, зберігання даних у відсортованому вигляді тощо. Ці методи доволі успішно справляються зі своїми завданнями, однак зростаюча конкуренція в світі заставляє шукати нові, більш оперативні можливості доступу до інформації. Як говорив Натан Ротшильд: «Хто володіє інформацією, той володіє світом». Основний інтерес викликають бази даних із традиційною реляційною моделлю даних, що відповідає вимогам ACID (Atomicity, Consistency, Isolation, Durability – атомність, узгодженість, ізоляція, довговічність) та призначені для аналітики великих даних (Big Data).

Teradata Corporation – технологічна компанія, що спеціалізується на розробці програмного забезпечення для баз даних і аналітики даних, а також на стратегічному IT-консалтингу; це паралельна реляційна СУБД, яка працює на операційних системах MP-RAS UNIX, Microsoft Windows 2000/2003 Server и SUSE Linux.

Переваги СУБД Teradata:

- Підтримка великих обсягів інформації – понад 400 Тб в одній області.
- Підтримка модульного нарощування від маленьких баз даних (10Гб) до великих (100+ Тб).
- Забезпечення паралельно-обізнаним оптимізатором, який виключає виконання складних налаштувань для отримання запиту.
- Автоматичний розподіл даних виключає складні схеми індексації та трудомісткі реорганізації.
- База даних спроектована і побудована на паралельній архітектурі з самого початку.
- Підтримка нерегламентованих запитів, що використовують ANSI-стандарт SQL і включають в себе інформацію управління базами даних SQL (log-файли), що дозволяє представляти запити інших систем управління базами даних в Teradata.
- Єдина точка управління для адміністрування бази даних (Teradata Manager).

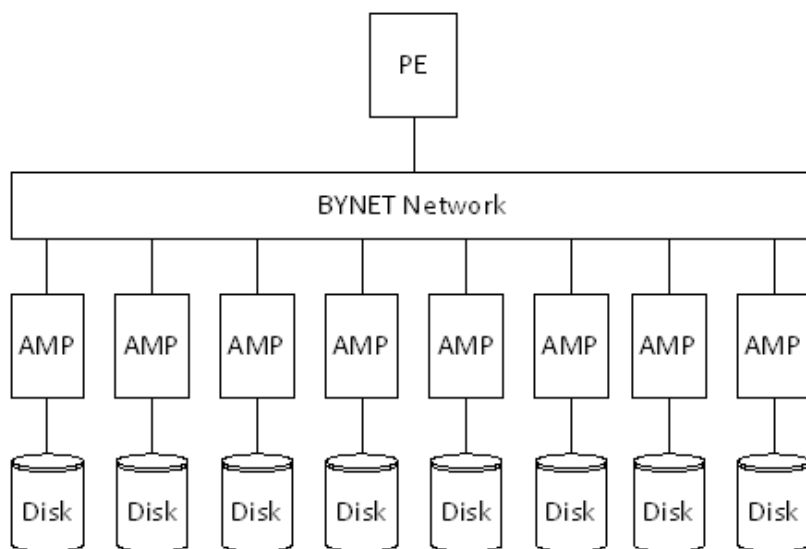


Рис. 1 Логічна архітектура Teradata

Високу швидкість доступу до даних Teradata забезпечує за рахунок MPP (Massive Parallel Processing) – масивно-паралельної архітектури. Її особливість полягає в тому, що пам’ять фізично розділена. Teradata пропонує сервери Intel, з’єднані в приватну мережу BYNET для обміну повідомленнями. Системи Teradata пропонуються з фірмовими дисковими масивами для зберігання баз даних виробництва або LSI або EMC.

Основне призначення компонентів, представлених на рис. 1: PE – Parsing Engine, відповідає за контроль сесії і обробку запитів користувача; AMP – Access Module Processor, відповідає за вилучення даних з асоційованого з ним диска; BYNET – середовище обміну повідомленнями між компонентами системи.

На верхньому рівні процес виконання запиту в Teradata виглядає наступним чином:

1) Користувач, підключаючись до системи Teradata, встановлює з'єднання з Parsing Engine (PE). Після того як з'єднання встановлено, він може виконувати запити SQL.

2) PE перевіряє синтаксис отриманого SQL-запиту, права користувача на доступ до інформації і створює план виконання запиту для виконання компонентом Access Module Processor (AMP).

3) PE через BYNET направляє кроки плану AMP-ам на виконання.

4) AMP-и витягають необхідну інформацію з асоційованих з ними дисків і повертають її PE через BYNET. AMP-и виконують свою роботу паралельно.

5) PE повертає результат користувачеві.

Отже, Teradata дозволяє комфортно та компактно аналізувати значну кількість даних.

Список використаних джерел

1. Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] /за заг.ред. Ю. С. Осипов. – М.: Велика російська енциклопедія, 2004–2017.

2. Грінвальд Р., Бейер А., Фейнберг Д. Чарівний квадрант для систем управління базами даних: за заг. ред. Gartner.inc., 2017.

ЕКОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ СИСТЕМИ ЗАРАДИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ДОВКІЛЛЯ

Соболь Г. О.,

студентка Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

(науковий керівник – **Якунічева А. Ю.,** к.е.н.,

асистент кафедри геоєкології і землеустрою

Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Базовим елементом природокористування є землекористування. Проблеми раціонального землекористування розглядають у контексті охорони довкілля й умови раціональної організації ведення підприємницької діяльності.

Теоретичні аспекти щодо формування еколого-економічного механізму управління земельними ресурсами розглядали зарубіжні та в незалежній Україні такі науковці, як Д. Бабміндра, В. В'юн, Д. Добряк, Л. Новаковський, І. Бистряков, П. Казьмір, А. Третьак, Ю. Яремко, які проаналізували понятійний апарат системи державного управління земельними ресурсами та визначили основні інструменти щодо запровадження еколого-економічного механізму сільськогосподарського землекористування. Про-

блемам формування еколого-економічного механізму раціонального землекористування на меліорованих землях присвячені наукові праці І. Айдарова, В. Благодатного, В. В. Горлачука, А. Я. Сохничя, Н. Дудяк [1].

Так, Сєдов А. О. у своїй науковій праці зазначив, що науковці Інституту аграрної економіки УААН України на чолі з Федоровим М. М. раціональним землекористуванням вважають таке використання земель, яке забезпечує науково обґрунтований економічний ефект господарювання і водночас поліпшує родючість ґрунтів та екологічний стан навколишнього середовища [2].

Федоров М. М. наголошує, що для забезпечення заходів, які становлять систему раціонального використання та охорони земель, землевласники і землекористувачі зобов'язані ефективно використовувати землю відповідно до цільового призначення, підвищувати родючість ґрунтів, застосовувати природоохоронні технології виробництва, не допускати погіршення екологічної ситуації на території у результаті своєї господарської діяльності [3].

Процес землекористування потребує відтворення земельних ресурсів, у тому числі й сільськогосподарських угідь, покращення стану довкілля, а також охорони природного багатства країни через поєднання усіх форм раціонального землекористування.

На рис. 1 представлені взаємопов'язані напрями використання землі та природних ресурсів, що об'єднують екологічно-економічні та соціальні функціональні системи за ради збереження довкілля. Раціональне використання земельних ресурсів відбувається з урахуванням регіональної специфіки землекористування зі збереженням родючості ґрунтів і забезпеченням належної охорони земель.

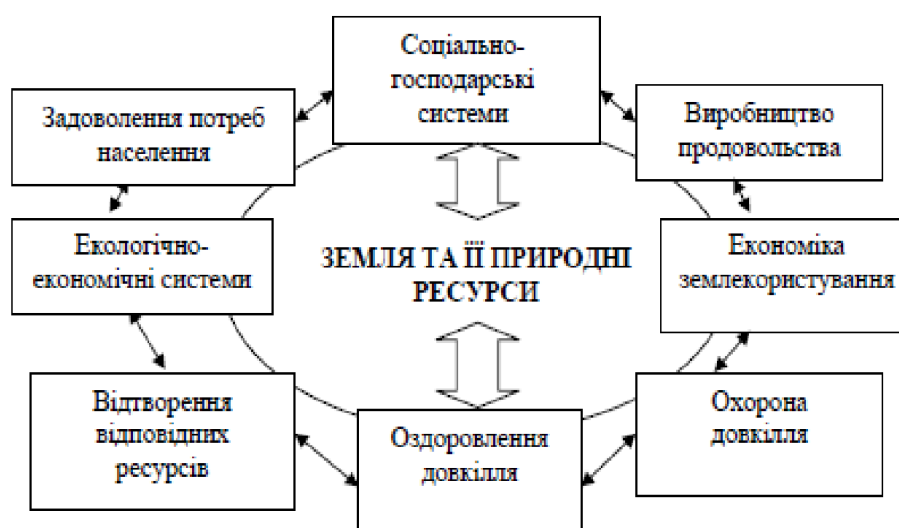


Рис. 1. Схема основних напрямів землекористування та збереження довкілля

На думку, Петінової О. Б. [4], екоцентризм – єдиний універсальний світогляд, який переорієнтовує ціннісні орієнтації Нової економічної лю-

дини на планету Земля: вона є центром Життя, вона – ціле, а люди – лише її складові. Іншими словами, екоцентризм забезпечує природоцентристську систему цінностей.

Стратегічним напрямом раціоналізації використання земель є організація проведення землеустрою як сукупності соціально-економічних та екологічних заходів, спрямованих на регулювання земельних відносин та раціональну організацію території. Землеустрій повинен передбачати розроблення загальнодержавних, а також регіональних програм використання та охорони земель, а на місцевому рівні – проведення робіт щодо відведення земельних ділянок, створення нових та впорядкування існуючих землеволодінь та землекористувань. Такий проект слугуватиме стратегічним орієнтиром і бізнес-планом розвитку сільськогосподарського землекористування.

Основною місією всіх землевласників, землекористувачів та управлінців в територіальних громадах має стати не тільки одержання максимального прибутку за найменших витрат, але й забезпечення еколого-безпечної діяльності як виробничо-господарської так соціальної підсистем в сучасних ринково-змінних умовах та нестабільності зовнішнього середовища.

Для того щоб забезпечити доцільне землекористування та охорону земельних ресурсів, необхідно дотримувати шляхів досягнення ефективного їх використання. Насамперед враховувати національні інтереси, соціальні аспекти землекористування, згідно з якими земельні ресурси повинні використовуватися без втрати корисних властивостей та погіршення стану навколишнього природного середовища.

Належне ведення господарської діяльності сприятиме безпечній економічній та екологічній землевіддачі, збереженню оптимального складу необхідних поживних речовин у ґрунті, компенсації вмісту гумусу та вжиття заходів з попередження розвитку ерозійних процесів.

Список використаних джерел

1. Яремко Ю. І., Дудяк Н. В., Строганов О. О. Основні аспекти еколого-економічного механізму сільськогосподарського землекористування в новостворених територіальних громадах //Збірник праць «Всеукраїнська науково-практична конференція «Управління та раціональне використання земельних ресурсів в новостворених територіальних громадах: проблеми та шляхи їх вирішення». 2019. С. 40–45.

2. Яремко Ю. І., Дудяк Н. В., Шикова Л. В. Теоретико-методологічні та практичні аспекти ефективності використання земельних ресурсів в Україні // Економіка та екологія землекористування. № 2. 2018. С. 82–91

3. Сєдов А. О. Види ефективності використання земельних ресурсів / А. О. Сєдов // Електронне наукове фахове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-5-2015>

4. Петінова О. Б. Екоцентризм у світоглядній парадигмі нової економічної людини / О.Б. Петінова // Грані. – 2013. – № 12. – С. 129–134. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2013_12_24

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: РОЛЬ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Лавриненко О. О.,

студент Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО «Відкритий міжнародний
університет розвитку людини «Україна»
(науковий керівник – **Корчагіна В. Г.**, к.е.н,
доцент кафедри управління та адміністрування
Новокаховського гуманітарного інституту
ЗВО «Відкритий міжнародний
університет розвитку людини «Україна»)

За сучасних умов господарювання вітчизняні підприємства опинилися в умовах, коли необхідно самостійно забезпечувати господарську діяльність, стійкий розвиток і адекватно реагувати на зовнішні впливи, які заважають реалізувати економічні інтереси та використати конкурентні переваги для рівноцінної конкурентної боротьби. Такі обставини є важливою умовою підвищення ефективності та стійкого розвитку суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин є формування системи управління економічною безпекою підприємств.

Ефективність прийнятих управлінських рішень в умовах нестабільності середовища підприємницької діяльності та посилення ризиків економічної безпеки залежить від належного рівня обліково-аналітичного забезпечення та якості професійного судження бухгалтерів. Розгляд обліково-аналітичного забезпечення дає змогу сформулювати нове уявлення про організацію інформаційного підґрунтя для прийняття ефективних та своєчасних управлінських рішень.

Зміст обліково-аналітичного забезпечення в управлінні процесами стратегічного антикризового розвитку підприємства характеризується наданням релевантної облікової та аналітичної інформації у межах формування та реалізації стратегії розвитку. Повне та правдиве подання інформації про фінансові результати і фінансовий стан підприємства у звітності в значній мірі залежить від рівня формування та застосування облікової політики, яка б враховувала умови діяльності підприємства, організаційно-технічні особливості тощо. Певні антикризові заходи, що впливають з фінансової політики і стратегії підприємства, можуть бути передбачені при розробці облікової політики підприємства [1, с. 323]. Вона забезпечує формування інформації відповідно до стратегії розвитку підприємства.

Ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від процесу прогнозування. Складання прогнозів та планів діяльності дозволяє підприємствам запропонувати альтернативні шляхи та строки свого розвитку. Наявність прогнозів та планів дає змогу уникнути помилкових рішень, вони є одними із засобів розробки стратегії управління підприємством.

У цьому зв'язку актуалізується виділення обліково-аналітичної діяльності по забезпеченню економічної безпеки в самостійний напрямок знань,

який потребує спеціальної підготовки аналітиків. Така діяльність є складовою системи економічної безпеки підприємства й полягає в професійно організованій роботі аналітиків по фінансово-економічній безпеці, спрямованої на одержання, аналіз і оцінювання інформації, яка дозволяє визначати критерії, рівень і стан економічної безпеки власного підприємства або іншого суб'єкта господарювання, діяльність якого може вплинути на стан безпеки власного підприємства.

Головною метою здійснення обліково-аналітичної діяльності в системі економічної безпеки є максимально повне забезпечення своєчасною й достовірною інформацією керівників підприємства для прийняття ними управлінських рішень щодо недопущення (упередження) впливу зовнішніх і внутрішніх загроз на фінансово-майновий стан підприємства. Така діяльність характеризується суб'єктами, формами й принципами її реалізації.

Тому обліково-аналітичне забезпечення є не тільки інформаційною основою для здійснення моніторингу стану та рівня економічної безпеки підприємства, але й складовою системи, що забезпечує пошук напрямів сталого розвитку на перспективу [2, с. 143].

Певні антикризові заходи відповідно до політики економічної безпеки та стратегії підприємства можуть бути передбачені при розробці облікової політики, коли визначаються більш доцільні для підприємства альтернативні варіанти її методичної складової. Це стосується відображення інформації управлінської (внутрішньогосподарської) облікової системи про витрати підприємства за видами продукції, робіт та послуг, статтями затрат, центрами відповідальності, порядку оцінки окремих видів активів. Такий підхід визначає врахування інтересів в першу чергу самого суб'єкта господарювання, в чому і полягає основна задача використання облікової політики – захищати інтереси власників підприємства.

Комплексний підхід стійкого розвитку функціонуючих суб'єктів в напрямі формування економічної безпеки враховує завданням надання даних щодо пошуку оптимальних рішень для зниження витрат і підвищення ефективності використання ресурсів підприємства. Ключова роль належить його інформаційному забезпеченню, при цьому використання облікових підходів відповідно від обраної облікової політики дає змогу досягнути однозначності в трактуванні економічних та фінансових явищ, повного врахування внутрішніх і зовнішніх джерел фінансового оздоровлення підприємств.

Список використаних джерел

1. Кірсанова В. В., Пеліпадченко Д. О. Вплив облікової політики підприємства на формування його фінансових результатів. Інноваційна економіка. 2013. № 6. С. 321–325.
2. Гнилицька Л. В. Обліково-аналітичне забезпечення функціонування системи економічної безпеки суб'єктів господарювання як об'єкт наукових досліджень. Управління проектами та розвиток виробництва: Збірник наукових праць. 2011. № 1 (37). С. 142–150.

СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

Хамула Д. Д.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Туболець І. І.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри соціального забезпечення
та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

З початком пандемії COVID-19 наша країна все більше стикається як і з досі небаченими раптовими загрозами, так і зі старими проблемами. Одним із викликів для нашої країни, що залишається важливим і на сьогодні, є досить високий ступінь вразливості населення в соціально-економічній галузі, який через хворобу лише поглиблюється та, у свою чергу, призводить до збільшення соціальної нерівності у суспільстві.

Криза, яка відбувається внаслідок COVID-19, призводить до скорочення робочої сили, зниження ринкового попиту, можливостей для працевлаштування, що призводить до нестабільного економічного становища та соціального відчуження. Стабільний економічний стан – це одна із головних умов, яка дає змогу відчувати економічну і соціальну захищеність, впевненість та позитивне соціальне самопочуття.

Економічну здатність та стійкість населення можемо проаналізувати за допомогою Індексу економічної спроможності населення. Можемо зазначити, що показники Індексу у травні – листопаді 2019 р. мали позитивну тенденцію до зростання та стабільності (105–110 %). Найвищий показник був у червні 2019 р. – 110 %. Проте, починаючи із лютого 2020 р. показники скоротилися та їх значення не зростало більш ніж 97 %, а у грудні показник набув найменшого значення за останні роки та склав 93 %. Через низьку економічну спроможність населення все більше поглиблюється економічна та соціальна нерівність у країні [1].

Розглянемо декілька факторів, що впливають на нерівність населення. Майже кожна третя особа, що працює, не може задовольнити необхідні життєві потреби та перебуває на умовах вторинної зайнятості через низьку оплату праці та її нерегулярність. Збільшення мінімальної зарплати 09.2020 р. (зросла на 6 %, до 5000 грн) майже не відіграло ніякої ролі у загальній динаміці доходів населення, адже реальні доходи за перші 2 квартали 2020 р. знизилися на 7,3 %, у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року. До того ж, значення прожиткового мінімуму, яке відіграє важливу роль та пов'язане з іншими соціальними стандартами, залишилося незмінним. Щодо середньої номінальної заробітної плати, то зазначаємо, що хоч і відбулося її підвищення у гривневому еквіваленті (з 10 700 грн до 12 000 грн.) упродовж року, то у доларовому навпаки спостерігається зниження (з 445\$ до 420\$). Важливим економічним ризиком є збільшення заборгованості з виплат заробітної плати. Протягом року сума заборгованості виросла майже втричі – з 3 млрд грн до 3,8 млрд грн [1].

Зростання безробіття є провідною причиною соціальної нерівності під час пандемії. У 2020 р. кількість безробітних збільшилась та склала 1,67 млн осіб, а зайнятих стало менше на 663 тис. осіб – 15,91 млн осіб. Та демографічні показники теж не є позитивними, так як у 2020 р. смертність у 2 рази перевищила народжуваність (на 323 378 особи).

Значне зростання цін на комунальні послуги та скорочення бюджетного фінансування субсидій (на 2,7 млрд грн менше) сприяють накопиченню боргів населенням. Наприклад, заборгованість за опалення у період жовтня 2020 – лютого 2021 рр. збільшилась у 5 разів (на 26,6 млрд грн) порівняно із аналогічним періодом 2019–2020 рр. (на 5 млрд грн) [2].

Пандемія змусила перейти усіх до дистанційного навчання, роботи, сфер послуг та спілкування. Нерівність у доступі до інтернету і техніки обмежують можливості на якісну освіту, роботу, що поглиблює нерівність населення.

Витрати держави у 2020 р. на соціальну сферу значно скоротилися (з 8,3 % ВВП до 7 %), що унеможливує надання якісних та ефективних соціальних послуг і гарантій вразливим верствам населення, що негативно позначається та поглиблює соціальну нерівність населення. Навесні 2020 р. держава доплачувала невелику суму до пенсій через пандемію COVID-19, також відбулося підвищення пенсій, проте, через зниження ресурсів Пенсійного фонду та індексацію пенсій лише на рівні інфляції (11 %), держава не дає повною мірою належну соціальну підтримку пенсіонерам. Понад 80 % пенсіонерів отримують дуже низькі пенсії, через що вони знаходяться на межі монетарної бідності [1]. Також, пандемія поглибила дискримінацію найбідніших та соціально незахищених верст населення через доступ до медичної допомоги, засобів індивідуального захисту, їжі, притулку.

Усі ці фактори є підґрунтям для зростання соціального відчуження, напруги та нерівності у суспільстві. Задля забезпечення задовільного рівня соціальної захищеності, заохочення до розвитку та праці, зменшення диференціації населення потрібно підвищити розмір оплати праці, змінити структуру державних витрат. Також, для подолання соціальної нерівності необхідно орієнтуватися на основні критерії якості життя задля забезпечення гідного рівня соціальних гарантій, який наразі досягнув мінімально можливого, та орієнтирів на майбутнє. До того ж, слід реформувати соціальну політику, що буде спрямована на зниження рівня бідності, доступність медичних послуг та освіти, поліпшення пенсійного забезпечення, якості соціальних послуг і стандартів та підтримки населення. Усі ці дії у комплексному застосуванні призведуть до зменшення соціальної нерівності у всіх можливих сферах життєдіяльності.

Список використаних джерел

1. Україна 2020–2021: невинуваті очікування, неочікувані виклики (аналітичні оцінки). Прогнози-2021. Громадська думка про підсумки 2020 р. Київ: Центр Разумкова. 2021. URL: <https://razumkov.org.ua/uploads/other/2021-PIDSUMKI-PROGNOZI-UKR-ENG.pdf>

2. Як українцям обрідуть субсидії? Центр Разумкова : веб-сайт. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/yak-ukraintsiam-obrizhut-subsydiy>

ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ

Марочко О. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Палешко Я. С.**, к.г.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму
Університету митної справи та фінансів)

Розвиток сучасних процесів глобалізації посилює міжнародну конкуренцію на основі науково-технічних досягнень та інновацій. Ключовою конкурентною перевагою країни та чинником, що визначає її позиції у міжнародних рейтингах конкурентоспроможності є саме якість технологій, що застосовуються. Досвід показує, що деякі країни досягли вражаючих економічних успіхів в результаті трансферу технологій. Азія з населенням більше чотирьох мільярдів вже досягла великих успіхів завдяки наполегливій праці та розуму свого народу. Однак такий процес не є швидким тож цих результатів вдалося досягти більше ніж за декілька десятиліть. Гарним прикладом трансформації з нерозвиненої країни у високоінноваційну державу є Республіка Корея.

Економіка Південної Кореї за останні десятиліття зростала в середньому на 8,6 % на рік. Цьому зростанню також сприяє політика державної підтримки малих та середніх підприємств. Централізованість та системність можна виділити як першу рису південнокорейського розвитку, державний контроль послідовно здійснюється на всіх рівнях ієрархії влади. Друга риса – це система «чемпіонів» або «чеболів». Samsung і Hyundai також вирости завдяки цій системі. Держава «виховує» інноваційні компанії та надає їм підтримку на всіх етапах – від внутрішніх пільг та субсидій до виходу на міжнародні ринки [1]. Країна зробила такий величезний стрибок саме завдячуючи цим характеристикам.

Наразі Південна Корея, посідає перше місце у світі за індексом глобальних інновацій, патентною продуктивністю та виробництвом сталевих пластин. За навичками роботи з ІТ, витратами на НДДКР та рівнем розвитку наукової інфраструктури, Південна Корея посідає друге місце. Також на сьогоднішній день Південна Корея досягла великих успіхів у суднобудуванні – половина всього обсягу суднобудування у світі зосереджена саме в цій країні. Виробництво мікросхем, рідкокристалічних екранів також є розвиненим напрямком Південної Кореї [2]. Корейські компанії також стрімко розвиваються у будівництві багатоповерхівок. Найвищі споруди Сінгапуру, Дубаї та Малайзії були зведені за керівництвом корейських компаній.

Беззаперечно доводить свою ефективність система грантів та пільг у Південній Кореї, хоча є досить неоднозначною. Коли стартап заходить у технологічний парк або інкубатор, він отримує величезну кількість пільг та грантів і не зобов'язаний їх виплачувати, якщо його компанія успішна. Якщо ні, доведеться повернути ці кошти державі. Також існують різні

умови для різних ситуацій. Якщо запуск не вдавсь з власної вини, то всі суми державної допомоги мають бути повернуті до бюджету. Якщо повернути кошти неможливо, засновники стартапу потраплять у чорний список і більше не зможуть претендувати на державну підтримку.

Якщо запуск не вдається через контрагента, наприклад, університет не в змозі провести необхідні дослідження або побудувати прототип, держава може пробачити такий борг. Ідеться про ручне управління інноваціями в країні – величезна кількість молодих компаній проходить такими коридорами.

Незважаючи на приплив молодих компаній, які підтримує держава, Південна Корея має проблеми зі своєю культурою підприємництва. У країні практично немає венчурних фондів та приватних інвесторів, які б пропонували стартапам «мудрі» гроші й надавали допомогу в розвитку компанії. Нині Південна Корея прагне до децентралізації ринку, розробляючи венчурну систему.

Країна інвестує значно більшу частку свого ВВП у дослідження та розробки, ніж інші розвинені країни. Згідно з нещодавно опублікованими даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), у 2017 році Південна Корея витратила 4,29 % свого ВВП на дослідження, потім Ізраїль (4,11 %) та Японія (3,58 %) [2].

Однак, незважаючи на лідерство у сфері інновацій, Південна Корея з її населенням у 50 мільйонів стикається з такими проблемами, як зростання нерівності та ризик стагнації. Корейська економіка чутлива до ризиків, пов'язаних зі швидким зростанням боргу. З точки зору частки ВВП борг приватного сектора стрімко зростає та наразі є одним із найбільших на ринках, що розвиваються. Економічне зростання Південної Кореї випереджає внутрішній ринок праці, і цей дисбаланс зростає.

Те, що станеться з південнокорейською економікою в середньостроковій та довгостроковій перспективі, буде залежати від того, як країна вирішить внутрішні виклики низької продуктивності, а також від того, як міжнародний попит реагує на світові економічні тенденції.

З огляду на все це, Південна Корея повинна зберегти свої лідируючі позиції в галузі технологій та інновацій, щоб зберегти конкурентоспроможність у всьому світі. Диверсифікація економіки, зокрема шляхом високотехнологічних інновацій та підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, а також розвиток нових галузей промисловості, особливо у сфері послуг є ще одним ключовим пріоритетом Південної Кореї.

Список використаних джерел

1. Биккулова Г. Южнокорейская модель инноваций / Fast Salt Times [Електронний ресурс]. URL: <http://fastsalttimes.com/sections/obzor/611.html>.
2. Южная Корея – перспективный технологический партнер / Інформаційно-аналітичний портал Єдина Корея [Електронний ресурс]. – URL: <http://onekorea.ru/2015/03/14/yuzhnaya-koreya-perspektivnyj-technologicheskijpartner-dlya-rossijskix-kompanij>.

ПЕРЕВАГИ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Чумак Я. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Ковальчук Н. В., к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту ЗЕД

Університету митної справи та фінансів

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – актуальна тема в наші дні. Взагалі, це досить широкий термін для опису того, як компанія працює над покращенням своєї спільноти. Компанії можуть демонструвати КСВ різними способами, включаючи пожертвування, волонтерство працівників, впровадження екологічно безпечних процесів тощо.

Ці зусилля, великі чи малі, багато говорять про організацію. Компанії, які послідовно демонструють свою відданість ініціативам КСВ, визнають свою здатність допомагати своїй спільноті.

І громадськість це помічає. 55 % споживачів готові платити більше за товари соціально відповідальних компаній [1]. Що це означає? Це означає, що корпоративна соціальна відповідальність настільки ж хороша для суспільства, як і для бренду.

Розглянемо п'ять основних переваг корпоративної соціальної відповідальності.

1. Підвищення задоволеності працюю

Те, як компанія ставиться до своєї спільноти, багато в чому говорить про те, як компанія ставиться до своїх співробітників. Люди, які відчувають повагу та підтримку у своїй роботі, часто є більш продуктивними та задоволеними на роботі. Надання співробітникам можливості працювати волонтером, особливо у робочий час (наприклад, донорство, участь у суботнику не у вихідний працівника, а замість робочого дня), створює відчуття спільноти в організації, а також зв'язок із навколишнім співтовариством. Завдяки цим можливостям особистого розвитку співробітники отримують мотивацію та гордість за свою роботу.

Співробітники, які беруть активну участь у спільноті, також виступають в якості послів бренду. Чим більше вони зацікавлені та інвестують в організацію, і чим більша спільнота, тим вони будуть продуктивнішими.

Для задоволення потреб працівників також необхідно розвивати освітні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів, забезпечувати охорону працівників та безпеку праці, додаткове медичне та соціальне страхування, недержавне пенсійне забезпечення, стабільність заробітної плати.

2. Покращання іміджу компанії

Репутація бренду може виграти лише від добрих справ у громаді. Споживачі почуваються добре, коли купують товари та послуги у компаній, які допомагають їхній спільноті.

Соціальна звітність порушує питання нематеріальної складової вартості бізнесу і таких її аспектів, як репутація, лояльність споживачів, надій-

ність, інтелектуальний капітал. Але в довгостроковій перспективі все це сприяє підвищенню вартості компаній – завдяки віддачі від усіх груп зацікавлених осіб.

У нефінансовому звіті має бути інформація для клієнтів (продукцію та послуги), для співробітників (гарантії зайнятості, внутрішні програми розвитку, охорона здоров'я і безпека на підприємстві), для місцевої громади (фінансові показники компанії, її вплив на зовнішнє середовище, рівень зайнятості, інвестиції), партнерів, інвесторів і широкої громадськості (штрафи, стягнення, нагороди тощо)[2].

3. Підвищення лояльності клієнтів. Лояльність споживача включає в себе певне позитивне ставлення до продуктів, товарів або послуг, каналів просування бренду, сервісу компанії, торгової марки, зовнішнього вигляду логотипу, кваліфікованості персоналу, місця продажу тощо.

Клієнти, швидше за все, будуть лояльними до бренду, якщо корпоративні цінності організації узгоджуються з їх особистими. Програми КСВ працюють над тим, щоб продемонструвати корпоративні цінності та продемонструвати, що робота в команді, залучення спільноти та залученість є на вершині основних цінностей організації [3].

4. Підвищення креативності. Для того щоб співробітники почали мислити нестандартно та зросли ініціативи КСВ заохочують співробітників випробовувати нові речі та заряджатися енергією щодо своєї роботи. Завдяки цій соціальній участі співробітники відчуватимуть можливість розпочати внесок у ширшу картину. Вони можуть придумати нові ідеї щодо продуктів чи внутрішніх процесів або впровадити нові рішення для вирішення проблем.

5. Стійкість. Це одна з найважливіших довгострокових переваг для бізнесу. КСВ допомагає компаніям ставати більш стійкими. Одним із очевидних способів стати соціально відповідальним є зменшення викидів вуглецю та початок використання відновлюваної енергії. Компанії також можуть це зробити, заохочуючи своїх працівників вимикати пристрої, коли вони ними не користуються, та вимикати світло та кондиціонери після роботи.

Беручи участь у ініціативах КСВ, компанії мають можливість продемонструвати свої основні цінності та створити довіру серед ваших співробітників та ваших покупців.

Список використаних джерел

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: <http://svb.ua/national-csr-strategy> (дата звернення 12.10.2021).

2. Карпенко О. О. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств / Карпенко О. О., Мандзюк Н. К. // Ефективна економіка. – 2018. – № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219> (дата звернення 12.10.2021).

3. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України / Буян О. А. // Вісник Дніпропетровського університету. – 2012. – № 6 (2). – С. 159–169.

ЯК В УКРАЇНІ ВИБУДУВАТИ ВЛАСНУ ЕФЕКТИВНУ МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Тороп К. М.,

учениця КЗО «ФЄЛ при УМСФ» ДМР

(науковий керівник – **Корягіна Т. В.**, к.держ.упр., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Проблема вибудови ефективної моделі соціально-ринкової економіки привертає до себе увагу як вітчизняних, так і зарубіжних економістів.

Як зазначає О. Осінська, в умовах формування соціально орієнтованої ринкової економіки, важливим завданням держави є надання соціальних прав і гарантій населенню. Саме ці конституційні норми виступають основними критеріями, що визначають вектор подальшого суспільного розвитку. Авторка акцентує увагу на тому, що всі процеси та явища в економіці України потрібно розглядати з позицій зведення фундаменту соціально орієнтованої економіки. [1].

Досліджуючи проблему становлення соціальної ринкової економіки в умовах суспільно-економічних перетворень і структурних трансформацій в державі, Р. Клапгам, М. Ломанн, О. Олійник та ін. визначають соціально-ринкову економіку як систему самоорганізації суспільного життя, в якій через реалізацію політики конкурентного порядку відбувається узгодження індивідуальних та суспільних інтересів. На думку дослідників, дотримання принципів соціальної ринкової економіки, сприятиме покращенню ефективності соціальних стандартів та переведе її на шлях цивілізованих форм конкурентної боротьби та громадянської відповідальності.

Основоположні принципи соціальної ринкової економіки:

- 1) єдність ринку і зусиль держави;
- 2) всебічний захист вільної конкуренції;
- 3) забезпечення соціального партнерства найманих працівників та роботодавця.

На жаль, сьогодні наша держава в міжнародних економічних рейтингах займає місце поряд з країнами третього світу. Тому проблема вибудови ефективної моделі соціально-ринкової економіки є вкрай актуальною.

Формування соціальної ринкової економіки передбачає створення сприятливих умов для реалізації політики конкурентного порядку та формуванню відкритого конкурентного середовища в країні. Економіка повинна демонструвати чутливість по відношенню до запитів соціуму та потреб бізнесу: надавати соціуму робочі місця відповідно до потреб економіки; забезпечувати потреби суспільства в економічних благах; надавати бізнесу умови і ресурси для реалізації підприємницьких ініціатив; бути відкритою до інновацій; координувати взаємодію і гармонізувати взаємини соціуму і бізнесу; забезпечувати рух до загальної та локальної економічної рівноваги.

Для вибудови ефективної соціально-ринкової моделі економіки потрібно:

- вирішити політико-правові проблеми, які полягають у запровадженні стабільної та чіткої системи нормативно-правового регулювання економічної та підприємницької діяльності;
- провести повномасштабну адміністративну реформу, спрямовану на створення адекватної системи органів державної влади та місцевого самоврядування;
- запровадити інституційні зміни, які пов'язані із формуванням інфраструктури ринкового середовища, створенням дієвих інструментів фондового, товарного та ресурсного ринків;
- поліпшити людський капітал на основі викорінення рудиментарних форм мислення та моральних деформацій у суспільній психології;
- підвищити підприємницьку культуру та активність населення, освітній рівень суб'єктів ринкового процесу щодо принципів і засад функціонування конкурентного порядку та соціально-ринкової економіки.

Вказані напрями сприятимуть створенню ефективної соціально-ринкової моделі в Україні.

Економічна система характеризується складною формою взаємозв'язків різних аспектів соціально-економічного життя країни, політичної, юридичної та ін., включає в себе широкий спектр різних чинників, механізмів, критеріїв і багато чого іншого. Економічна система суспільства – механізм економіки, що має свої національні особливості в кожній країні. Економічна система може бути схожою, але ніколи не може бути ідентичною в різних країнах. На практиці не існує абсолютно ідеальної економічної системи, є лише більш раціональні і менш. Тому для ефективної економічної діяльності країни необхідно вибирати найбільш доцільну економічну систему, модернізуючи її під виняткові особливості кожної держави.

У світовій практиці існує досить велика кількість різних моделей економічних систем і кожна переслідує різні цілі: для однієї моделі пріоритетним є саморозвиток особистості, для іншої – соціальна рівність. Такі відмінності незаперечно пов'язані з різними засадами держав, менталітетом, орієнтованістю економіки і ще величезною кількістю чинників.

Ринкова економічна система на сьогоднішній день є найбільш ефективною і перспективною, дозволяючи економіці функціонувати і розвиватися. Україні необхідно тільки взяти правильні орієнтири і знайти найбільш ефективне рішення сьогоднішніх проблем.

Список використаних джерел

1. Осінська О. Б. Теоретичні концепції соціального ринкового господарства. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.7. С. 186–192.
2. Соціальна економіка: навч. посіб. / кол. авт. О. О. Беляєв, М. І. Діба, В. І. Кириленко та ін. – К.: КНЕУ, 2005. 196 с.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Корх Н. С.,

студентка Волинського національного університету

ім. Лесі Українки

(науковий керівник – **Борисюк О. В.**, к.е.н,

доц. кафедри фінансів Волинського національного університету

ім. Лесі Українки)

На сьогодні система охорони здоров'я в Україні повністю не забезпечує прав громадян на отримання медичної допомоги на належному рівні. Медичне страхування є альтернативою бюджетному фінансуванню, тому одним з пріоритетних напрямів розвитку держави є удосконалення системи фінансування охорони здоров'я, пошук додаткових джерел фінансування шляхом формування страхових фондів обов'язкового та добровільного медичного страхування.

Тривалість життя є індикатором стану здоров'я населення та його благополуччя. Українці живуть в середньому 72 роки що на 9 років менше, ніж громадяни ЄС. Основним чинником незадовільного рівня життя та здоров'я громадян передусім є – низький рівень ВВП в розрахунку на душу населення, за рівнем якого Україна значно поступається країнам з високим рівнем людського розвитку [1, с. 45].

Медичне страхування – це вид особистого страхування від втрати здоров'я внаслідок хвороби або нещасного випадку, що частково покриває витрати на медичне обслуговування страхувальників, пов'язані з підтримкою здоров'я населення [2].

У світовій практиці існує три основні моделі охорони здоров'я: система обов'язкового страхування, бюджетна система та система приватного страхування. Як правило, системи охорони здоров'я мають змішаний характер. Зарубіжний досвід країн із розвинутими системами охорони здоров'я вказує на те, що вітчизняна медична галузь може ефективно та якісно функціонувати за умови існування системи загальнообов'язкового державного медичного страхування [2]. В основу обов'язкового медичного страхування (ОМС) закладено принцип обов'язкової участі громадян, підприємств або підприємців у фінансуванні охорони здоров'я безпосередньо або через посередництво страхових медичних організацій.

Для ефективного запровадження ОМС в Україні необхідно вжити наступні заходи:

– надання платних медичних послуг не тільки у приватних медичних закладах, а й у державних і комунальних установах, що забезпечить зменшення кількості тіньових платних медичних послуг та сприяння конкуренції між державними та приватними закладами охорони здоров'я;

– вдосконалення процесів управління та контролю якості надання медичних послуг, а також підвищення рівня розвитку медичної інфраструктури та науки;

– акцентування уваги громадян на профілактиці захворювань, а також на первинному медичному обслуговуванні;

– надання доступу до якісних медичних послуг населенню з мінімальним рівнем доходів [3].

Добровільне медичне страхування (ДМС) дозволяє отримати додаткове медичне обслуговування, яке має різноманітні додаткові програми, що не включені в гарантовану державою програму ОМС. ДМС на підприємствах дозволяє знизити зміну кадрів, підвищити лояльність персоналу, підвищити продуктивність праці, а також підняти фінансовий імідж підприємства. До переваг ДМС входить: гарантована наявність коштів на медичну допомогу в разі серйозних захворювань; економія; можливість вибору (можна самостійно вибрати страхову компанію, орієнтуючись на її досвід, дії на ринку, репутацію та відгуки клієнтів); гнучкість і варіативність (при укладанні договору клієнт може на свій розсуд вибрати з переліку страхової компанії найефективнішу для нього лікувальну базу); відсутність ризику зміни ціни послуг; якісне медичне обслуговування. Медичне страхування в Україні на даний час обслуговують великі акціонерні публічні страхові компанії, які незацікавлені обслуговувати населення держави з низькою платоспроможністю (а це основна частина населення України) та з великими страховими ризиками. Такі тенденції обмежують широкий доступ до медичного страхування та формує недовіру страховальників до медичних реформ.

Фінансування охорони здоров'я майже повною мірою залежить від державного бюджету держави. Обсяг фінансування Міністерства охорони здоров'я України з 128 млрд грн у 2019 р. зріс до 198 млрд грн у 2021 р., а на 2022 р. планується збільшення цих видатків до 224 млрд гривень, з врахуванням продовження реалізації заходів реформи фінансування системи охорони здоров'я відповідно до Закону України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» [4, с. 58]. Залучення коштів за рахунок страхових компаній, стримується низьким рівнем зацікавленості громадян та дещо негативним ставленням державних органів управління охороною здоров'я до суб'єктів підприємництва, що підтверджується величиною валових надходжень страхових внесків до страхових компаній у сфері охорони здоров'я [3].

Отже, медичне страхування – дуже важливий вид страхування, який надає змогу громадянам користуватися послугами медичних установ завдяки накопиченим коштам та фінансуванню профілактичних заходів. Також медичне страхування має бути підтримане нормативно-правовою базою, удосконаленням податкової політики й державного контролю, підвищенням фінансової надійності страховиків та фінансової грамотності населення.

Список використаних джерел

1. Борисюк О. В. Розвиток медичного страхування в Україні із використанням зарубіжного досвіду. Регіональна економіка та управління. № 1 (27). Лютий 2020. С. 45–49.

2. Бюджетні видатки на охорону здоров'я зростуть до 224 млрд грн у 2022 році. Роман Єрмоличев під час стратегічної сесії ВООЗ у Барселоні. URL: <https://mof.gov.ua>

3. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики. URL: <http://www.msp.gov.ua>

4. Стеценко В. Ю. Обов'язкове медичне страхування в Україні: тези до нормативно-правового забезпечення. Публічне право. 2013. № 2. С. 57–63. URL: <http://www.yourfuture.org.ua/ua/pb/2013/pp110/Stetsenko.pdf>

СУЧАСНІ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ

Саф'яник Б. А.,

здобувач комунального закладу освіти

«Фінансово-економічний ліцей наукового спрямування
при Університеті митної справи та фінансів»

Дніпровської міської ради

(науковий керівник – **Черба В. М.**, к.держ.упр., доц,

доцент кафедри оподаткування та соціального забезпечення

Університету митної справи та фінансів)

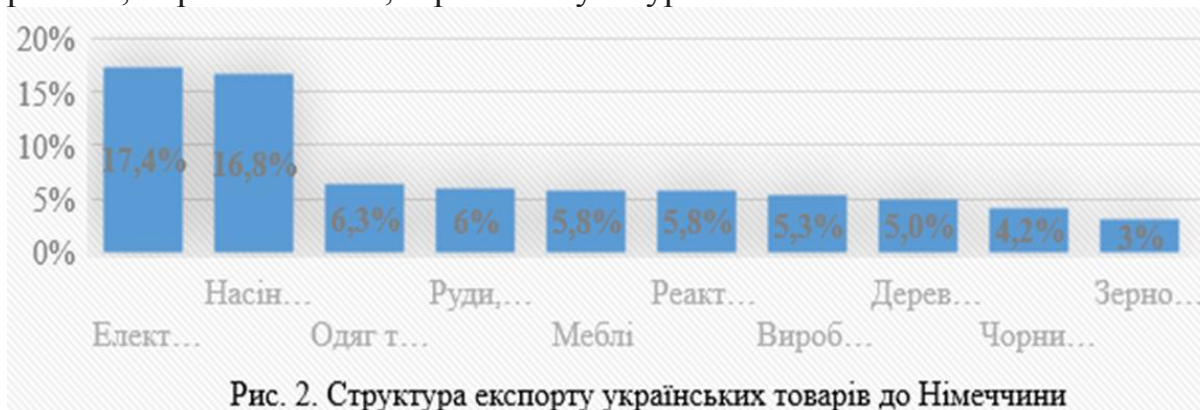
Одним з найголовніших торговельних партнерів України є Німеччина. У 2020 році динаміка двосторонньої торгівлі дещо знизилася з огляду на пандемію коронавірусу на противагу наявної включно до 2019 року стабільної тенденції зростання обсягів українсько-німецької торгівлі товарами і послугами. Разом з тим, ФРН посідає шосте місце серед країн світу за обсягом українського експорту та третє – за обсягом імпорту [1].

У структурі імпорту з Німеччини до України домінувало надходження (рис. 1) [1]: реакторів ядерних, котлів, машин; засобів наземного транспорту крім залізничного; електричних машин; фармацевтичної продукції; пластмаси, полімерних матеріалів; палива мінерального, нафти і продуктів її перегонки; різноманітної хімічної продукції; приладів та апаратів оптичних, фотографічних; паперу і картону.



Рис. 1. Структура імпорту з Німеччини до України

У структурі експорту українських товарів до Німеччини переважають поставки (рис. 2) [2]: електричних машин; насіння і плодів олійних рослин; одягу та додаткових речей до одягу; руди, шлаки і зола; меблів; реакторів ядерних; котлів, машин; виробів з чорних металів; деревини і виробів з деревини; чорних металів; зернових культур.



З даних про показники двосторонньої торгівлі товарами та послугами між ФРН та Україною (табл 1.) [1] видно, що товарообіг у 2020 році, порівняно з 2019 р., суттєво впав.

Таблиця 1

Показники двосторонньої торгівлі товарами та послугами за даними Держстату України (млн дол США)

Рік	2020 р.	2019 р.	2020/2019
Товарообіг	8411,2	9413,2	-1002,1
Експорт	2685,0	2967,7	-282,7
Імпорт	5726,2	6445,5	-719,3
Сальдо	-3041,1	-3477,8	-436,7

Також помітна зміна сальдо, яке типово негативне, через більшу економічну розвиненість Німеччини. Воно демонструє: Україна збільшила свій експорт в ФРН, порівняно з німецьким імпортом. Така зміна пов'язана з пандемією коронавірусу, оскільки через неї Німеччині стало важче експортувати свою продукцію в такі країни, як США, Китай та Великобританію, які є її основними ринками збуту. Україна ж експортує більшість товарів у Російську Федерацію та саму Німеччину, доступ до яких не сильно змінився.

Список використаних джерел

1. Торговельно-економічне співробітництво. Посольство України у Федеративній Республіці Німеччина. URL: <https://germany.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/torgovelnno-ekonomichne-spivrobitnictvo> (дата звернення: 27.09.2021).

2. Германия. Импорт и Экспорт. Весь мир. 2009–2020. URL: <https://trendeconomy.ru/data/h2/Germany/TOTAL> (дата звернення: 26.09.2021).

ЯК БЛОКЧЕЙН УДОСКОНАЛЮЄ ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ?

Гук А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Черба В. М.**, к.держ.упр., доц,
доцент кафедри оподаткування
та соціального забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

Поняття блокчейну вже досить давно відоме у всьому світі, але всесвітньої популярності, яка охоплює все нові сфери почало набирати тільки знедавна. Можна сміливо сказати, що перед цією технологією лежить велике майбутнє. Так що ж таке блокчейн і як він впливає на процес управління даними? Просто говорячи блокчейн – це децентралізований журнал запису транзакцій, який є частиною більш широкої обчислювальної інфраструктури, яка також повинна включати в себе функції зберігання, комунікації, обслуговування файлів та архівування. [1, с. 69] Багато хто вже починає розуміти, що завдяки своїм економічним, політичним, гуманітарним та юридичним перевагам блокчейн-технології перетворюються в найпотужнішу підривному інновацію, здатну докорінно змінити більшість аспектів життя суспільства.[4, с. 11]

Завдяки розподілу, зв'язаності, достовірності даних і можливості перевірки блокчейн забезпечує користувача наступними якостями: 1) Доступність – системою можна скористатися всюди і завжди, де є інтернет, а за відсутності постійних адміністраторів зникає потреба у періодичних перервах і завдяки розподілу мінімізується можливість технологічних збоїв. Всі платежі і переклади фіксуються у кількох учасників ланцюга, завдяки чому вкрасти або витратити гроші з рахунку його власника не вийде без цифрового підпису самого власника. Саме завдяки цим особливостям технології блокчейн стало можливим створення біткоїнів. Блокчейн може стати механізмом управління інформацією в сьогоденні і сховищем усіх документів та історичних відомостей для використання в майбутньому, перетворившись в універсальну систему зберігання записів. Не всім запропонованим тут концепціям і керуючим службам потрібні для їх функціонування блокчейн-технології, але їх реалізація на основі блокчейна може дати додаткові переваги, такі як більш високий рівень довіри і можливість вести загальнодоступні записи. Також блокчейн робить можливими багато нових моделей управління та надання держпослуг. Блокчейн-уряд працює на основі технологій зберігання загальнодоступних записів в розподіленому журналі записів – універсальному, постійному, узгодженому, безперервно функціонує, повноцінному і доступному для громадського аудиту архіві.

Одним із наслідків створення блокчейн-уряду стане зрушення від примусової єдиної моделі «на благо всіх», що застосовується в даний час, до більш гнучкої, що підлаштовано під потреби окремих громадян [4, с. 80]

2) Незалежність – користувачі не потребують жодних посередників у вигляді нотаріусів, юристів, банків або платіжних систем. На даний момент для здійснення будь-яких платежів і переказів потрібно банк або платіжна система. Вони в багатьох випадках вимагають комісію за проведення операцій і встановлюють свої правила і процедури звернення. Крім того, завжди є можливість розкрадання коштів з рахунку шахраями або навіть самим посередником. [2, с. 3]. 3) Захищеність – користь цієї якості полягає у тому, що зроблений одного разу запис неможливо підробити або видалити, тільки доповнити. За допомогою технології блокчейн можна створити систему автентифікації для клієнта. Це дозволить їм захищено входити в мобільний та інтернет банк або здійснювати особливо критичні операції у відділеннях. Таким же шляхом можна автентифікувати і співробітників банку при доступі до корпоративних систем. З цієї ж технології можна надавати банкам партнерам і технологічним компаніям надійний доступ до банківських систем і даним. Ця можливість забезпечить прозорість абсолютно всієї фінансової системи [3]. Ця технологія прекрасно підходить для перевірки автентичності користувача. Тобто автентичність підтверджує, що користувач має актуальний і коректний ключ для доступу до системи. Спроба підробки записів теж буде швидко розкрита завдяки тому, що тільки підтвержені, правильні блоки записів поширюються між користувачами. Блокчейн-технологія може змінити не тільки все, що пов'язано з грошовими ринками, платіжками, фінансовими послугами та економікою, а й всі інші індустрії і, більш того, майже всі сфери людської діяльності.

Блокчейн – фундаментально нова парадигма, яка дозволить організувати діяльність з меншими зусиллями, більш ефективно і набагато більш масштабно, ніж інші існуючі парадигми. Децентралізація як загальна модель може ефективно працювати в тому випадку, якщо існує гнучка загальна мережа, що дозволяє виконувати транзакції без посередників. Але справа не тільки в тому, що блокчейн-технологія децентралізована. Вона забезпечує універсальність і глобальний масштаб, що були немислимі раніше. Вона може застосовуватися для автоматизованого розподілу будь-яких ресурсів, включаючи матеріальні активи і кадрові ресурси. [4, с. 62]

Отже, з усього вищенаведеного ми можемо зробити висновок, що блокчейн – це абсолютно нове, децентралізоване, безпечне і прозоре рішення, що дозволяє зберігати інформацію, обмінюватися нею, визначати її справжність і перевіряти її, причому ціна всіх цих дій достатньо невисока. Все виконується самим користувачем, тому в угоді не потрібно участь третього довіреної особи. Саме у відсутності стороннього, довіреної особи і полягає основна інновація і оригінальність блокчейна. Таким чином, технологія блокчейна може змінювати правила гри: менше централізації, менше влади, більше поділу.

Список використаних джерел

1. Свон Мелани / Блокчейн: Схема новой экономики: пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 235 с.

2. Технология блокчейн и ее практическое применение. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-blokcheyn-i-ee-prakticheskoeprimenenie/viewer>

3. Nakamoto S. A Peer-to-Peer Electronic Cash System // Bitcoin. URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. Переклад статті Сатоши Накамото. Біткоїн: цифрова пірінгова готівка // Coinspot [21.12.2013]. URL: <http://coinspot.io/technology/bitcoin/perevod-stati-satoshi-nakamoto>

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СІМЕЙ ОДИНОКИХ МАТЕРІВ

Крижановська Д. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Черба В. М.**, к.держ.упр., доц,
доцент кафедри оподаткування
та соціального забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

Наразі в Україні приблизно 195 тис. осіб складають жінки, які мають статус одиноких матерів [1].

Як жінка стає одинокою мамою? Деякі жінки свідомо обирають таку долю, адже, зазвичай, вони мають високооплачувану роботу, стабільний заробіток і дах над головою. І все, чого їм не вистачає для повного щастя – дитина.

Але, на жаль, більшість дівчат встають на цей шлях не за власним бажанням. Причин може бути багато, і у кожної вони різні. Але найрозповсюдженіша – випадкова вагітність.

Відповідно до п. 9 Постанови Пленуму Верховного Суду України від 06 листопада 1992 року № 9 «Про практику розгляду судами трудових спорів», одинокою матір'ю вважають жінку, яка не перебуває у шлюбі та у свідоцтві про народження дитини якої відсутній запис про батька дитини або запис про батька зроблено у встановленому порядку за вказівкою матері; вдову; іншу жінку, яка виховує і утримує дитину сама. Отже, основним критерієм для визначення статусу одинокої матері є виховання та утримування дитини без участі батька [2].

Держава піклується про одиноких мам, і тому для них існує низка допомог. Наприклад, згідно з Кодексом законів про працю України, одинокій матері гарантується прийом на роботу і заборона на звільнення (ст. 184 КЗпП). Забороняється відмовляти жінкам у прийнятті на роботу і знижувати їм заробітну плату з мотивів, пов'язаних з вагітністю або наявністю дітей віком до трьох років, а одиноким матерям – за наявністю дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю.

При відмові у прийнятті на роботу зазначеним категоріям жінок власник або уповноважений ним орган зобов'язані повідомляти їм причини відмови у письмовій формі. Відмову у прийнятті на роботу може бути оскаржено у судовому порядку. Звільнення одиноких матерів при наявності дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю з ініціативи

власника або уповноваженого ним органу не допускається, крім випадків повної ліквідації підприємства, установи, організації, коли допускається звільнення з обов'язковим працевлаштуванням. Обов'язкове працевлаштування зазначених жінок здійснюється також у випадках їх звільнення після закінчення строкового трудового договору. На період працевлаштування за ними зберігається середня заробітна плата, але не більше трьох місяців з дня закінчення строкового трудового договору [3].

Також відповідно до ст. 19 Закону України «Про відпустки», одинокій матері надається щорічно додаткова оплачувана відпустка тривалістю 10 календарних днів без урахування святкових і неробочих днів (ст. 73 Кодексу законів про працю України) [4].

Окрім державної підтримки, одиноким матусям допомагають різноманітні фонди та центри. Наприклад, благодійний Фонд «Християнський центр допомоги Анни-Марії» у Львові допомагає усім нужденним, у тому числі одиноким матерям. Фонд облаштував склад із речами, куди кожен може звернутися за допомогою [5].

«Дім матері і дитини» у місті м. Фастів надає комплексну допомогу з соціальної адаптації, консультації з юридичних питань та посередництвом у вирішенні соціальних проблем одиноким і неповнолітнім матерям, які опинилися у скрутному положенні, а також жінкам, які страждають від насилля у власній родині [6].

Центр допомоги «Рукавичка» знаходиться в селі Орлівщина та працює в Дніпропетровській області з 2014 року. Центр допомагає жінкам, які опинилися в складній життєвій ситуації. У центрі вони можуть отримати не тільки соціальну і матеріальну підтримку, а й роботу, так як при центрі створена пекарня.

Також у Дніпрі працює міський соціальний центр матері та дитини. Там надають допомогу матерям, які опинилися у скрутних життєвих обставинах, котрі не мають даху над головою та заробітку [7].

На превеликий жаль в Україні з кожним роком стає все більше одиноких матерів. Незважаючи на те, що піклування про здоров'я матері і дитини є одним з основних національних пріоритетів, одинокі мами опиняються в складних життєвих обставинах у зв'язку з скрутним матеріальним становищем або у зв'язку з тим, що не мають того, хто прийде їм на допомогу. І в цей момент опорою для одиноких матусь стає не тільки держава, а й чуйні благодійні фонди.

З боку держави жінка може розраховувати на щомісячну допомогу, яка розраховується як різниця між 100 % прожиткового мінімуму для дитини відповідного віку. З 1 липня 2021 р. він складає до 6 років – 2013 грн, від 6 до 18 років – 2510 грн, від 18 до 23 років (за умови навчання) – 2379 грн. та середньомісячного сукупного доходу сім'ї в розрахунку на одну особу за попередні шість місяців. Для прикладу, сім'я, що складається з двох осіб (одинокі матір та її неповнолітня дитина 11 років) має середньомісячний дохід в розмірі 6000 грн (мінімальна зарплата). Отже, середньомісячний дохід на одного члена сім'ї становить 3000 грн. Розмір допомоги такої сім'ї буде 490 грн (3000 грн – 2510 грн).

Так само одинока мама має розрізнення у виплаті допомоги по догляду за хворою дитиною. Трудовий Кодекс також передбачає гарантії, що стосуються одиноких мам при розірванні трудового договору з ініціативи роботодавця. Гарантується щорічна додаткова оплачувана відпустка тривалістю 10 календарних днів.

У деяких благодійних фондах и центрах жінка може отримати як матеріальну, так і юридичну або психологічну підтримку.

Не дивлячись на усі труднощі материнства, тим паче одинокого, важливо пам'ятати, що кожна матір вже героїня, тому що вона вирішила встати на такий тяжкий, повний сумнівів, безсонних ночей і самопожертви шлях.

Список використаних джерел

1. Допомога матерям одиначкам в Україні у 2021 році URL: <https://soscredit.ua/uk/blogpage/dopomoga-materyam-odinachkam-v-ukrayini-v-2021-roczі>

2. Постанова Пленуму Верховного Суду України «Про практику розгляду судами трудових спорів» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0009700-92#Text>

3. Кодекс законів про працю України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>

4. Закон України про відпустки URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр#top>

5. Благодійний фонд «Анни-Марії» URL: <https://anna-maria.org.ua>

6. Дім матері і дитини URL: <https://sanmartin.center/dim-materi-ditini>

7. Комунальний заклад соціального захисту «Центр соціальної підтримки дітей та сімей та сімей «Мамине щастя» URL: <https://dniprorada.gov.ua/uk/page/komunalnijzaklad-socialnogo-zahistu-centr-socialnoi-pidtrimki-ditej-ta-simej-mamine-schastya-dniprovskoi-miskoi-radi>

СИСТЕМА НАСТАВНИЦТВА ДЛЯ ДІТЕЙ-СИРИТ В УКРАЇНІ

Кравець Д. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Черба В. М.**, к.держ.упр., доц,

доцент кафедри оподаткування

та соціального забезпечення Університету митної справи та фінансів)

Більшість з нас на певних етапах життя оточували значущі для нас люди: вчителі, тренери, керівники. Ці люди вплинули на наш вибір цінностей, життєвих принципів, вчинків. Вони були для нас прикладами для наслідування, захисниками, порадиниками й просто друзями. Роль же Наставника більш важлива, тому що об'єднує всі ці функції. Наставник виконує багато ролей у стосунках з дитиною, допомагаючи та підтримуючи її в пошуку індивідуальних життєвих цілей і способів їх досягнення [1].

Наставництво для дітей-сиріт узаконили 2016, та впроваджувати цю систему розпочали значно раніше, 2009. Волонтери, які до цього працювали з дітьми, позбавленими піклування, створили організацію «Одна надія». Відвідуючи дітей у інтернатних закладах, вони помітили, що вихованцям

забезпечують базові потреби: в них є їжа, одяг, дах над головою, але діти не вміють будувати стосунки з людьми, розповідає виконавчий директор Альянсу «Україна без сиріт» [2].

Основною ціллю наставництва є підготовка дитини-сироти до самостійного життя шляхом розвитку її потенціалу, впевненості у власних силах, визначення життєвих цілей, формування людських взаємовідносин, культурних, моральних, духовних цінностей. Наставник – це турботливий дорослий друг, який стає для дитини чи підлітка значущою людиною, яка хоче і може присвячувати їй свій час, знання та сили.

Завдяки спільному проведенню часу та іграм наставник відкриває для вихованця нові знання та досвід, стимулює прийняття дитиною рішень щодо правильного життєвого вибору, підтримує успіхи у навчанні, тим самим підвищуючи її самооцінку.

Наставнику важливо стати дитині другом та порадником, бути достойним прикладом для наслідування, допомогти дитині розвивати свої здібності та таланти. Наставник повинен бути готовим присвячувати себе дитині не чекаючи подяки [1].

Влучно визначає поняття «наставник» дослідниця О. Байдарова, на її думку, наставник – це людина з громади, в яку повертається вихованець з інтернату, його завданням є допомогти підліткови опанувати соціально-життєві навички для успішної соціально-психологічної адаптації й інтеграції. Розуміння закономірностей протікання процесів психічного розвитку, вікових та індивідуальних особливостей дитини для наставника є обов'язковою умовою вирішення цього завдання. Наставник допомагає підлітку-випускнику інтернату у вирішенні низки психологічних проблем, таких як формування базисної довіри до світу, формування статево-рольової ідентифікації та прийняття гендерної ролі, засвоєння і прийняття етичних цінностей, формування мотивації до створення сім'ї [3].

До руху наставництва приєднується все більше і більше представників місцевих громад, як інституціоналізованих, так і на індивідуальних засадах. Серед тих, хто виявляє бажання допомогти осиротілим дітям, є люди різного віку, рівня освіти, роду занять, релігійних вірувань, життєвих уподобань, сповідуючих різні погляди та цінності. Майже не єдиним критерієм для усіх них щоб потрапити у наставники має бути наявність бажання допомагати.

Перед державою і суспільством стоїть двояка задача. По-перше, шляхом удосконалення соціально-економічних відносин підвищити престиж сім'ї та зміцнити її морально-побутові основи, сприяти відродженню і зміцненню загальнолюдських і духовних цінностей, що може істотно вплинути на зменшення чисельності дітей, які залишилися без батьківського піклування. По-друге, держава і суспільство повинні виступити гарантом соціальної захищеності таких дітей, взяти на себе обов'язок і забезпечити достатніми економічними, соціальними, духовними і моральними ресурсами, здатними створити їм умови для нормального життя, навчання, розвитку всіх задатків і здібностей, професійної підготовки, адаптації до соціального середовища і максимально безболісне входження в це середовище, компенсуючи тим самим в достійній мірі відсутність батьківського піклування [4].

Виходячи з аналізу специфіки категорії наставництва, можна стверджувати, що воно є найважливішим ресурсом підтримки розвитку потенціалу дітей-сиріт і дітей, які залишилися без піклування батьків, а також сприяння їх ефективній соціальній інтеграції. Наставництво для дитини може стати сходинкою до іншої форми влаштування, наприклад, опіки або усиновлення, якщо статус дитини це дозволяє. Навіть якщо цього не відбувається, перебування в сім'ї, як правило, позитивно позначається на дитині, адже для нього це можливість деякий час побути поза стінами дитячого закладу. Підсумовуючи вищевикладене, слід наголосити, що основне завдання, яке стоїть сьогодні перед соціальними службами та громадськими організаціями в Україні, це не лише підготувати необхідну кількість кваліфікованих наставників для потребуючих дітей, але й привернути увагу громадськості до проблем реформування інтернатних установ.

Список використаних джерел

1. «Наставництво крок за кроком» [Електронний ресурс]. URL: http://social.ugcc.org.ua/wpcontent/uploads/2018/04/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%B7%D0%B0_%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BC.pdf
2. «В Україні узаконили наставництво для дітей-сиріт: Як це працює» [Електронний ресурс]. URL: <https://hromadske.ua/posts/v-ukraini-uzakonyly-nastavnytstvo-dlia-ditei-syrit-yak-tse-pratsiuie>
3. Байдарова О. Наставництво як форма соціальної підтримки випускників інтернатних закладів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 3. С. 64–67.
4. «Наставництво як форма захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування». URL: https://revolution.allbest.ru/law/00969482_0.html

НАСТАВНИЦТВО ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ДІТЕЙ-СИРИТ

Черба В. М.,

к. держ. упр., доц, доцент кафедри оподаткування
та соціального забезпечення

Університету митної справи та фінансів

Парасіч А. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Кажуть, що діти це квіти життя, а за кожною квіткою потрібен гарний, правильний догляд і контроль. Аби дитина стала сильною та успішною, необхідно кожного дня піклуватися про неї та прикладати максимум зусиль, щоб побачити бажаний результат. Дуже болісною залишається тема, що стосується дітей-сиріт та дітей позбавлених батьківського піклування, оскільки, нажаль чисельність таких дітей в нашій країні тільки зростає.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування» дитина-сирота – це дитина, в якій померли чи загинули батьки [1]. Також існує визначення, що це фізичні особи, які мають особливе правове становище в суспільстві та потребують підвищеного захисту з боку держави. Дійсно, ці діти потребують окремої уваги і особливо захисту цим практично займаються центри соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, але їхня робота досить неефективна в плані соціалізації та повернення дітей у звичайне життя. І саме тут приходить на допомогу така форма підготовки дитини до соціуму як наставництво, яке є вагомим елементом соціальної роботи.

Перейдемо, безпосередньо, до понять «наставник» та «наставництво». В цьому нам допоможе дослідниця О. Байдарова, адже на її думку, наставник – це людина з громади, в яку повертається вихованець з інтернату, його завданням є допомогти підліткови опанувати соціально-життєві навички для успішної соціально-психологічної адаптації й інтеграції [2]. Що ж до наставництва то це – добровільна безоплатна діяльність наставника з надання дитині, яка проживає у закладі для дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, іншому закладі для дітей, індивідуальної підтримки та допомоги, насамперед у підготовці до самостійного життя [1]. Повертаючись до вже відомого нам закону увагу привертає стаття 17, в якій зазначено, що «наставництво здійснюється в найкращих інтересах дитини, яка проживає у закладі для дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, іншому закладі для дітей, зокрема, щодо: визначення та розвитку здібностей дитини, реалізації її інтересів у професійному самовизначенні; надання дитині доступної інформації про її права та обов'язки; ознайомлення дитини з практиками суспільного спілкування та подолання складних життєвих ситуацій».

Отже, наставництво це той механізм, який повинен зорієнтувати підлітка на правильний шлях, а саме;

- вибору професії і відповідно навчального закладу;
- розвитку своїх здібностей і талантів;
- підбору хобі та цільового проведення вільного часу, аби він був корисним;
- взаємодія з громадою (суспільством) та всіляка співпраця з ними.

Тож, наставник покладає на себе велику відповідальність і повинен мати вагомий життєвий досвід і розуміння значення свого покликання. Ця особа проходить нелегкий випробувальний шлях, адже від неї залежить подальша доля дитини і в яке русло вона попаде, чи стане вона гідною людиною і повноправним громадянином країни.

Таким чином, наставництво це форма підготовки дітей-сиріт до самостійного життя. Чому ж саме наставництво відіграє важливу роль у соціальній роботі? Адже в інтернатних закладах теж займаються вихованням і розвитком своїх вихованців. Все дуже просто: наставник це людина із зовніш-

нього середовища, яка живе повноцінним, вільним, необмеженим стінами закладу життям, а отже приваблює і зацікавлює дітей до співпраці і дружби. В наш час, коли діти залежать від інтернету та повністю перебувають у віртуальному світі так потрібно, щоб було просте людське спілкування, яке вчить нас всіх головному, жити та комунікувати з людьми. Тому цей вектор потрібно розвивати і надавати дітям можливість на звичайне спілкування і адаптацію до середовища в якому їм незабаром прийдеться проживати.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до Закону України «Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування» щодо наставництва. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2342-15>. – Назва з екрана.

2. Байдарова О. Наставництво як форма соціальної підтримки випускників інтернатних закладів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 3. С. 64–67.

НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Зубар І. В. ,

к.е.н., старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Тименюк І. Ю.,

студентка Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Високий ступінь невизначеності у сфері зайнятості збільшує важливість державної політики на ринку праці, головним завданням якої є розробка дієвих заходів зі збереження кадрового потенціалу України, як запоруки зростання рівня якості та безпеки життя населення, розвитку соціального добробуту, а також підвищення рівня конкурентоспроможності економіки, що сприятиме перебудові національної економіки на засадах концепції сталого розвитку. При цьому діяльність держави повинна полягати не тільки в регулюванні цих процесів, але і в їх детальному налаштуванні, організації та плануванні. Мета наукових досліджень у визначенні основних векторів забезпечення зайнятості населення полягає у розробці методичних засад удосконалення державного механізму регулювання ринку праці.

Одним з основних завдань реформування сучасного ринку праці учені розглядають формування раціональної структури зайнятості населення відповідно до потреб економіки країни, а також підвищення ефективності використання робочої сили та її конкурентоспроможності. Водночас першочерговим завданням є реалізація заходів щодо вдосконалення державної політики зайнятості населення [1, с. 20].

Бондаревська К. визначає зайнятість населення як систему соціально-економічних відносин між економічно активним населенням, господарюючими суб'єктами та державою з питань участі громадян у суспільно корисній діяльності, що регулює порядок надання економічно активного населення робочими місцями через різні форми його участі в суспільному виробництві. Таким чином зайнятість здійснює вплив на відтворення, розподіл і перерозподіл трудової активності населення і тим самим визначає якість його життя [2, с. 25]. Ці ознаки вказують на те, що держава не тільки гарантує право на роботу, але і покладає на кожну людину професійну відповідальність за своє майбутнє.

Теоретико-методологічні підходи до визначення ролі держави у вирішенні проблеми зайнятості різняться в контексті історичного розвитку суспільства та залежно від тієї або іншої спрямованості економічного аналізу.

До основних проблем, що потребують вирішення державою для забезпечення стабільного функціонування національного ринку праці учені відносять наступні:

- високий рівень неофіційно працевлаштованих громадян;
- високий рівень економічно неактивного населення працездатного віку;
- низький рівень зайнятості у співвідношенні до всього населення;
- відставання якості робочої сили від потреб сучасної економіки;
- високий рівень безробіття серед молоді;
- низький рівень підприємницької ініціативи громадян;
- відсутність механізмів співпраці та взаємодії між Державною службою зайнятості та приватними агентствами зайнятості [3, с.109].

Описаний спектр проблем обумовлює необхідність розробки термінових заходів з боку держави по їх вирішенню. Це стає можливим, опираючись на основні функції державних органів щодо реалізації політики зайнятості:

- визначення цілей та завдань державного управління зайнятості населення;
- формування стратегії, поточної та довгострокової програм зайнятості;
- узгодження інтересів усіх суб'єктів державного управління процесом зайнятості;
- стимулювання процесів соціально-економічного розвитку для вирішення проблеми зайнятості;
- моніторинг та аналіз результатів політики зайнятості;
- контроль за виконанням певних завдань.

Регулювання зайнятості постає складовою управління розвитком суспільства, забезпечення стійкого економічного зростання країни, оскільки економіка держави є цілісною системою і функціонує як єдиний організм. У зв'язку з цим пріоритетними напрямками державного регулювання зайнятості населення мають стати:

- працевлаштування незайнятого населення і допомога в профорієнтації, підготовці та перепідготовці кадрів;
- сприяння створенню і розвитку гнучкого ринку праці та нестандартним формам зайнятості;
- правове забезпечення трудових відносин;

– соціальний захист населення, яке має статус безробітних (матеріальна допомога, виплата допомоги у зв'язку з безробіттям, страхування від безробіття);

- сучасний підхід до зайнятості у державній політиці;
- проведення економічної політики в інтересах зайнятості;
- регулювання безробіття [4, с. 157].

Таким чином, сучасна державна концепція політики зайнятості населення передбачає посилення регулюючої функції держави в соціально-трудовій сфері з метою формування раціональної структури зайнятості та підвищення ефективності використання трудового потенціалу країни. Систему забезпечення зайнятості населення варто розглядати як сукупність державних органів і організацій, що здійснюють реалізацію політики зайнятості населення, і включає різні рівні управління, службу зайнятості, нормативно-правову базу та державні гарантії зайнятості та захисту від безробіття.

Список використаних джерел

1. Амоша О. І., Антонюк В. П. Ринок праці промисловості України та трудовий потенціал галузі: сучасні тенденції і проблеми. Ринок праці та зайнятість населення. 2019. № 4. С. 18–24.

2. Бондаревська К. Зайнятість сільського населення в сучасних умовах / К. Бондаревська // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2019. – № 10. – С. 19–32.

3. Зайцева І. С., Бунчикова Т. С. Ринок праці в Україні: фактори формування, сучасний стан і тенденції розвитку. Управління розвитком. 2019. № 3. С. 105–113.

4. Пасєка А. С. Ринок праці та його розвиток: гносеологічний аналіз. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2020. Вип. 30. С. 154–161.

5. Онищук Ю. В., Зубар І. В. Закордонна міграція трудових ресурсів як перешкода сталому економічному розвитку України. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. № 5. С. 37–49.

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ

Гулієва А. Р.,

студентка Подільського спеціального навчально-реабілітаційного соціально-економічного коледжу (науковий керівник – **Шевчук О. В.**, к.п.н., викладач кафедри економічної кібернетики, інформаційної та соціокультурної діяльності)

З початку свого розвитку економічна наука тісно пов'язана з психологією. Ще тоді деякі економісти, наприклад Адам Сміт, припускали, що поведінка людини і прийняття нею рішень може прямо залежати від психологічних факторів, таких як «чесність», «справедливість», «самовпевненість». Але неокласична економічна теорія запропонувала зовсім іншу концепцію, яка пояснює поведінку людини. Концепція «економічної людини» вважала нашу поведінку повністю раціональною [2].

У ХХ ст. завдяки виникненню і розвитку економічної психології вчені стали висувати гіпотези про процес прийняття рішень людиною в умовах невизначеності. У 1960-х рр. у психологічній науці стався переворот: біхевіоризм (напрямок в психології, предметом вивчення якого є поведінка, а не свідомість людини) замістила когнітивна психологія (розділ психології, що вивчає когнітивні, тобто пізнавальні, процеси людської психіки).

З цього часу мозок людини розглядався як пристрій не тільки для отримання інформації, але і для її постійної обробки. Саме в цей період психологи Уорд Едвардс, Амос Тверські і Даніель Канеман почали порівнювати їх когнітивні моделі прийняття рішень в умовах ризику і невизначеності з економічними моделями раціональної поведінки.

Багато економістів знають, що поведінкова економіка існує, але лише на рівні прикладів та інтуїції. Потрібно враховувати той факт, що ще якихось 50-60 років тому сама економіка була на рівні прикладів: без особливої математики [1].

У сучасних умовах виробництво стає більш складним, тісно пов'язаним з різними галузями економіки та зазнає впливу глобальних світових тенденцій. Зміни технологій, демографії, клімату, економічних тенденцій сучасного світу може привести до різких, непрогнозованих змін попиту та пропозиції. Тому на сьогодні надзвичайно актуально для підвищення рівня ефективності всіх ланок бізнесу та забезпечення більш високого рівня конкурентоспроможності враховувати сучасні тенденції та форми маркетингу, який у якості одного з інструментів повинен використовувати положення поведінкової економіки [3].

Поведінкова економіка – це наука, яка вивчає реальну поведінку економічних суб'єктів і відповідні психологічні чинники, які впливають на економічну поведінку. Поведінкова економіка людям потрібна для того, щоб зрозуміти та пояснити людську поведінку в різних економічних ситуаціях. Якщо взяти стандартну економічну науку, яка вивчає поведінку економічних суб'єктів в рамках дефіциту, то вона часто опирається на теоретичний аналіз. Імперичні дані використовуються також, але основа економічної науки лежить в економічній теорії [4, с. 13]

Поведінкова економіка вивчає конкретно поведінку людей, тобто як вони поведуться в конкретних ситуаціях і як пояснити цю поведінку, виходячи не тільки з теоретичних аспектів, але й з психологічних та практичних аспектів. Економіка ідентичності звертається до одного з головних недоліків неокласичного уявлення про раціональну поведінку людини – віру в те, що він усвідомлює і обмірковує буквально кожне своє рішення, аналізуючи вигоди і витрати. Акерлоф і Крентон пропонують більш реалістичний підхід: людина є частиною суспільства, йому необхідно відчувати себе його частиною, і він іноді робить щось просто тому, що навчився так поступати, вивчаючи поведінку інших людей в навколишньої реальності, не намагаючись глибоко аналізувати кожну дію.

Отже, поведінковою називають область економіки, яка вивчає вплив соціальних, когнітивних та емоційних чинників на прийняття економічних рішень окремими особами та установами, а також наслідки цього впливу на ринкові складові (ціни, прибуток, розміщення ресурсів) [2].

Важливо розуміти, що й сама економічна теорія останнім часом досить сильно ускладнилася. Той курс економіки, який викладають в інститутах, достатній лише для загального розуміння економіки. Пройшовши його, ви ніби трошки освічені, але, за великим рахунком, недовчені.

Список використаних джерел

1. Бернстайн П. Фундаментальні ідеї фінансового світу. Еволюція = Capital Ideas Evolving. М.: Альпіна Паблішер, 2009. 256 с. URL: https://znaimo.com.ua/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0

2. Вахітов В., Григоренко Є. Поведінкова економіка: чому ми любимо помилятися. Як люди мислять і приймають рішення в умовах невизначеності. Економіка. квітень 12, 2017. URL: <https://voxukraine.org/uk/povedinkova-ekonomika-chomu-mi-lyubimo-pomilyatisya>

3. Colin F. Camerer, George Loewenstein Behavioral Economics: Past, Present, Future: Princeton University Press, 2004 URL: <http://sds.hss.cmu.edu>

4. Кривий В. І. Передумови виникнення поведінкової економіки. Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 18, ч. 1. 2016. С. 12–16.

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Іванова Б. В.,

студентка Подільського спеціального

навчально-реабілітаційного

соціально-економічного коледжу

(науковий керівник – **Шевчук О. В.**, к.п.н.,

викладач кафедри економічної кібернетики,

інформаційної та соціокультурної діяльності)

Особливості упровадження новітніх технологічних процесів на базі сучасних інформаційних технологій, а саме створення новітніх інформаційних продуктів та послуг, розвиток електронних інформаційних ресурсів (баз та банків даних, навігаторів), дослідження програмно-апаратної реалізації цих завдань, розробка інструментарію орієнтації та професійної взаємодії в мережевому середовищі, постійно перебувають у полі зору зарубіжних та вітчизняних науковців.

Впровадження новітніх інформаційних технологій неможливо уявити без створення належної програмно-технологічної бази, що має забезпечувати все більший обсяг процесів суспільної діяльності [4].

В умовах сьогодення інформаційна технологія повинна відповідати таким вимогам:

- забезпечувати високий ступінь розчленовування всього процесу обробки інформації на етапи, операції, дії;
- включати весь набір елементів, необхідних для досягнення поставленої мети;
- мати регулярний характер, унаслідок якого етапи, дії, операції технологічного процесу можуть бути стандартизовані й уніфіковані, що дасть змогу більш ефективно здійснювати цілеспрямоване керування інформаційними процесами.

Розвиток інформаційних технологій сьогодні стає домінуючим фактором, який впливає на прискорення соціальних трансформацій сучасного суспільства. Нові технології створюють нові можливості, нові горизонти для розвитку особистості, розширюють діапазон вибору окремої людини [2].

Особливість інформації полягає в тому, що, незважаючи на безупинно зростаюче її використання, вона постійно нагромаджується в обсягах, що збільшуються. Саме це стимулює розвиток і вдосконалювання технології експлуатації інформаційних ресурсів – технологій нагромадження й поширення інформації, які одержали назву «інформаційно-комунікаційні технології».

Діяльність людей і організацій зараз усе більшою мірою залежить від їхньої інформованості і здатності ефективно використовувати наявну інформацію. Перш ніж розпочати якісь дії для прийняття рішень, необхідно провести велику роботу зі збирання і переробки інформації, її осмислення й аналізу, пошуку раціональних рішень у будь-якій сфері діяльності, що неможливо без залучення спеціальних технічних засобів [1].

Знання, і в першу чергу знання високотехнологічне, здатне породжувати нове знання і бути упровадженим у будь-яку сферу людської діяльності, стає основним ресурсом людства.

Зазначено, що спроможність чи неспроможність суспільства керувати технологією, особливо стратегічними технологіями, значною мірою формує долю суспільства, хоча «технологія не детермінує історичну еволюцію та соціальні зміни, технологія втілює здатність суспільства трансформувати себе і визначає напрямки, на яких суспільство вирішує застосувати свій технологічний потенціал».

Панування інтерактивності в якості головного атрибуту інформаційного обміну призведе до повної зміни самих основ усталеного порядку, до зміни механізмів розподілу влади в суспільстві та переходу її від одного правлячого класу до нового.

Успіхи інформатизації більшості сфер людської діяльності не лише вносять в наше життя переваги, а й створюють нові проблеми. Суть проблеми полягає в тому, що розвиток техніки дає змогу сучасній людині опе-

рувати надвеликим обсягом інформації, більшим, ніж будь-коли раніше протягом усієї історії людства. Однак використання комп'ютера як засобу пізнання зобов'язує людей працювати за іншими, здебільшого повністю відмінними від попередньої наукової культури, законами [3].

Дослідження різних підходів до розуміння сутності інформаційного суспільства дозволяє зробити висновок про те, що інформаційне суспільство – це принципово новий рівень в історії цивілізації, його основою виступають теоретичні знання, інформація та інформаційні технології. Саме вони є провідними цінностями майбутнього розвитку суспільства, вказують орієнтири трансформації соціальних зв'язків та взаємодії між людьми.

Як висновок можна винести, що дослідження різних підходів до розуміння сутності інформаційного суспільства дозволяє зробити висновок про те, що інформаційне суспільство – це принципово новий рівень в історії цивілізації, його основою виступають теоретичні знання, інформація та інформаційні технології. Саме вони є провідними цінностями майбутнього розвитку суспільства, вказують орієнтири трансформації соціальних зв'язків та взаємодії між людьми.

Список використаних джерел

1. Левченко Л. Л., Яроцький Л. В. Філософські основи інформації. Житомир: Полісся, 2007. 176 с.
2. Сіленко А. Інформаційні технології – новий імпульс для пошуку парадигми майбутнього суспільства. Політичний менеджмент. 2007. № 3. С. 96–111.
3. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V. Відомості Верховної Ради України. 2007. № 12. 102 с.
4. Бебик В. Інформаційне суспільство. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. К.: Парламентське видавництво, 2011. 299. с.

ВПЛИВ НЕЕТ-МОЛОДИ НА СОЦІАЛЬНУ БЕЗПЕКУ КРАЇНИ

Демченко К. О.,

аспірант Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Дослідження соціальної безпеки на Заході вже віддавна є актуальним питанням, натомість в Україні дана тематика знаходить свій розвиток у статтях численних учених. Проблема посилюється за рахунок кризових ситуацій, які постійно супроводжують наше цифрове суспільство. Позитивна динаміка демографічних процесів поряд із задоволенням соціально-економічних потреб населення має значимий позитивний вплив на формування соціальної безпеки регіону.

Однією із широко згадуваних детермінант соціальної безпеки є безпека трудових відносин у регіоні. Варто зауважити, що детермінантою вважається не лише чинник, а й фактор, який може спричинити певні зміни рівня соціальної безпеки та визначити їх.

Слід наголосити, що зайнятість є головним способом досягнення матеріального добробуту, а також однією з головних характеристик соціальної безпеки. Рівень зайнятості характеризує ступінь використання людських ресурсів та є індикатором стимулів у сфері праці і мотивації її продуктивності. Натомість під безпекою трудових відносин у контексті соціальної безпеки важливо розуміти захищеність зайнятого населення, яка характеризується високими умовами праці, рівнем охоплення соціальним страхуванням на випадок безробіття, відсутністю заборгованості і затримок із виплати заробітної плати, відсутність вимушеною неповної зайнятості, висока зайнятість серед молоді.

Так, окрім вже існуючих проблем безпеки трудових відносин, сьогодні заслуговує уваги поширення тенденції NEET-молоді, молоді «Not in Education, Employment, or Training», тобто без освіти, без роботи, без навчання). Важко не погодитись, що молодь справляє значний вплив на економіку країн і перспективи розвитку ринку праці залежать саме від неї. Саме частка молоді у трудових ресурсах регіону та можливості ефективного працевлаштування визначають інноваційний потенціал країни.

Але на сьогодні, однією з важливих соціально-економічних проблем є безробіття серед молоді. Молодь є найбільш вразливою та недостатньо підготовленою до реалій сучасного ринку праці, що підтверджується статистичними даними. Так, рівень безробіття у регіонах України серед молоді вищий за загальний рівень безробіття серед дорослих у більшості країн. Наприклад, у 2019 р. в 28 країнах ЄС рівень безробіття серед молоді становив 12 % (молодь у віці 15–29 років), загальний рівень безробіття становив 6,8 % працездатного населення [1]. На рис. 1 представлені у 2019 р. в Україні рівень безробіття серед молоді становив 27,7 % (молодь у віці 15–29 років) та 36,6 (молодь у віці 15–35 років), а загальний рівень безробіття становив 8,8 % працездатного населення [2].

Окремо варто наголосити на показнику NEET. Рівень NEET дорівнює загальній кількості молоді за виключенням працюючої молоді та непрацюючої молоді, яка здобуває освіту чи навчається, поділений на загальну кількість молоді. У процентному відношенні отриманий показник помножується на 100 % [3]. Показник NEET серед країн, які є членами Організації економічного співробітництва та розвитку (далі ОЕСР), представлений на рис. 1. Як зазначають експерти, зниження даного показника до рівня Німеччини, покаже потенційне зростання ВВП для всієї ОЕСР на 1,1 трильйон доларів США [4].

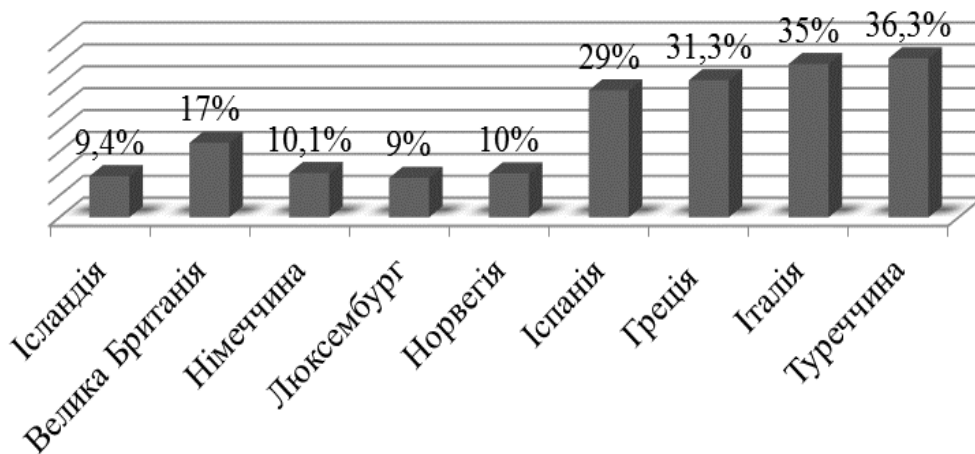


Рис. 1. Показник NEET серед країн, які є членами Організації економічного співробітництва та розвитку

Проблема NEET-молоді – це нова проблема для сучасного суспільства, яка порушується міжнародними організаціями. Цій проблемі було приділено підвищену увагу при формуванні та досягненні Цілей сталого розвитку (далі – ЦУР), а саме ЦУР № 8. «Сприяти стійкому, всеосяжному та стійкому економічному зростанню, повноцінній та продуктивній зайнятості та гідній роботі для всіх» [5]. Досягнення цілі передбачає вирішення двох завдань: (8.5) «досягти повної та продуктивної зайнятості та гідної праці для всіх жінок та чоловіків, у тому числі для молоді та людей з інвалідністю, і рівної оплати за роботу однакової вартості»; (8.6) «суттєво зменшити частку молоді, яка не працює та не навчається».

В Україні NEET-молодь не охоплена системою соціальної підтримки і, як правило, знаходиться під опікою батьків. Для цієї категорії немає якісних держпослуг. Щоб усунути ці та інші проблеми, розробили Дорожню карту щодо забезпечення зайнятості та соціалізації такої молоді.

Список використаних джерел

1. Eurostat (2021). URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Accessed on: February 27, 2021).
2. Статистичні матеріали Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.12.2020).
3. Indicators description: Share of youth not in employment, education or training (youth NEET rate). International Labor Organization. URL: <https://ilostat.ilo.org/resources/concepts-anddefinitions/description-youth-neet>
4. Нові можливості для нового покоління [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pwc.co.uk>
5. UN Sustainable Development Goals. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/sdg8> (Accessed on: March 19, 2021).

СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ США

Байбаков І. В.,

студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Гапєєва О. М.**, д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки та соціально-трудоових відносин
Університету митної справи та фінансів)

Економічна безпека є одним із найважливіших факторів розвитку країни, від якої прямо залежить її національна безпека. Тому регулювання економічних питань є першочерговим фактором при плануванні розвитку країни. Існує ціла низка документів першочерговим важливості, а також планів розвитку на довготривалий період. На теперішній час особливого значення набуває вираження планів задля забезпечення національної економіки та їх вплив на пріоритети розробки економічної безпеки. Ця стратегія має бути оформлена в декларативний нормативно-правовий акт, в якому повинні бути чітко визначені цілі, пріоритети та методи забезпечення цієї безпеки, а також час їх встановлення та реалізації [1].

Дослідження нормативно-правових документів однієї з перших країн в світі, США, призвели до поняття механізму їх утворення, а також чинників, які виступають тригером. Як правило, окремі закони не приймаються, вони є включенням до загальних документів із забезпечення національної безпеки держави. Найчастіше вони приймають форму стратегій, доктрин, концепцій або політики національної безпеки [3].

Під час загальної глобалізації значно зростає значення американської моделі забезпечення економічної безпеки. Через підвищення прозорості планів на економіку інших держав, найважливішим рішенням є план на нарощування впливу та покращення зовнішніх зв'язків на політичній арені. Безумовно, на довгострокову перспективу вразливість до зовнішніх чинників лише зростає. Саме тому найрозвиненіші країни світу вже розробляють нові концепції розвитку безпеки [2].

Як правило, окремі документи у сфері питань економічної безпеки не приймаються. Задля встановлення оптимального рівня безпеки, їх зазвичай включають до загальних документів із забезпечення національної безпеки. У таких країнах як США, Великобританії, країнах Європи та в Україні приймаються Стратегії Політики національної безпеки. Канада і Туреччина розробляють документи на основі відповідної Політики національної безпеки. В Італії існує Стратегічна концепція Національної оборони, котра включає також і питання економічної безпеки. В декотрих європейських країнах, наприклад в Німеччині, Норвегії та Ірландії, а також в азійських Китаю та Японії, питання безпеки економіки регулюються положеннями «Білих книг».

Чи не найбільший досвід регулювання питань економічної безпеки має США. Свій початок формування нормативної бази вона бере з 30-тих років двадцятого сторіччя. Саме в цей час і був закладений фундамент всієї

безпеки сучасних США. Через подані Президентом Рузвельтом законопроекти про соціальне забезпечення та про економічну безпеку, Конгрес у 1935 році прийняв закони «The Economic security Act» та «The Social Security Act» [5]. Відтоді почалася активна розробка та впровадження нормативних документів у цій області. Першим документом про регламент економічної безпеки називався «Закон про національну безпеку» від 1947 р. [6]. В післявоєнні роки це стало одним із найбільш важливих напрямів розвитку та регулювало питання функціонування всієї оборонної галузі. Ризик порушення національних інтересів примусив ще сильніше збільшити увагу до цього напрямку.

У 1987 році в США розробляється Стратегія національної безпеки. За правилами кожен документ, розроблений Президентом, повинен передаватися до Конгресу, щоб бути донесеним до законодавчого органу та здобути відображення у законодавчих актах [4].

Одним із ключових напрямків стратегії національної безпеки, на який спрямовані сили та ресурси країни, визначено здорову та зростаючу економіку США. Це втілюється через забезпечення економічного процвітання країни, розширення ринку збуту, нових робочих місць та зменшення залежності від іноземних кредиторів.

Дослідження документів, прийнятих в США протягом 1987–2017 рр., дозволило визначити, що найбільшими загрозами економіки країни вважаються зовнішні чинники, тому при розробці нових стратегій був зроблений акцент на досягнення стійких позицій у світовій економіці, захист від зовнішніх ризиків і проведення відповідної зовнішньоекономічної політики. Оскільки тенденція на посилення залежності стратегії розвитку від явища всесвітньої глобалізації лише зростає, це викликає якісні зміни в розвитку світового економічного середовища. Починаючи з 1997 року у Стратегіях національної безпеки головною зміною було виділено саме процеси глобалізації, котрі несуть додаткові можливості та ризики. З 2000 року в США зосереджують увагу саме на забезпеченні стабільності світової економічної системи, від якої безпосередньо залежить розвиток Сполучених Штатів.

До 2000 року стратегії національної безпеки розроблювали кожні два роки, а з початку 20 сторіччя вони стали переглядатися раз на 5-6 років. На сьогодні були розроблені стратегії 2002, 2006, 2010, 2015 та 2017 років. Стратегія 2015 року лише розвинула напрям, обраний раніше. Задля розвитку США пропонувалося наступне: посилення енергетичної безпеки та збільшення глобального доступу до надійної енергії, відкриття ринків для американських товарів, послуг та інвестицій, вирівнювання умов гри для найманих працівників та підприємств для підвищення конкурентоспроможності економіки, розвиток торговельного співробітництва, як Тихоокеанське партнерство та Трансатлантичне торговельно-інвестиційне партнерство, докладання зусиль щодо зменшення надзвичайної бідності, продовольчої небезпеки та впровадження нових моделей сталого розвитку [4].

За президенства Д. Трампа погляд на забезпечення економічної безпеки США значно змінився. Стратегії національної безпеки, прийняті у 2017 році, характеризують світ не як «спільноту націй», а як «арену конкурентної боротьби» [4]. Зазначаючи те, що США має неперевершені політичні, військові, економічні та технічні переваги, обрана стратегія вказує на необхідність їх збереження та розвитку. Також були обрані напрямки на захист найважливіших національних інтересів: захист народу, батьківщини та американського способу життя, сприяння процвітанню економіки, збереження миру шляхом накопичення сили, збільшення впливу США. Частина забезпечення економічної безпеки встановлює такі цілі: оновлення американської економіки, її переорієнтація на інтереси вітчизняних працівників і компаній, розвиток справедливих взаємних економічних відносин для усунення торговельних дисбалансів, збереження провідних позицій в галузі досліджень та технологій і захист економіки від недоброчесної конкуренції, яка базується на нелегальному використанні прав інтелектуальної власності, що належать США, досягнення домінування в сфері енергетики у американському регіоні.

Таким чином, у стратегії ставиться мета відновлення американського глобального лідерства. Найбільший акцент робиться на військову та політичну безпеку країни, на сильну економіку та зміцнення взаємовигідних відносин з іншими країнами. Подальше розвинення країни пов'язують з необхідністю побудови нового міжнародного економічного порядку та посилення власних позицій у ньому.

Список використаних джерел

1. Економіка та економічна безпека держави. Теорія та практика: Монографічний навчальний посібник / С. Давиденко, О. Єгорова, В. Приходько, П. Матішак, Я. Голоніч, П. Копінець, М. Мачкінова, М. Добровольська та ін. Ужгород: Серія «Кафедральна бібліотека. Міжнародні економічні відносини». 2017. Випуск 4. 388 с.

2. Маргасова В. Г. Система забезпечення стійкості національної економіки та її безпеки: теорія, методологія, практика управління: монографія. Чернігів: Десна Поліграф, 2014. 416 с.

3. Dudin M. N., Fedorova I. J., Ploticina L. A., Tokmurzin T. M., Belyaeva M. V., Ilyin A. B. International Practices to Improve Economic Security. *European Research Studies Journal*. 2018. Vol. 21. № 1. P. 459–467.

4. National Security Strategy. US Office of the Secretary of Defense: official website. URL: <https://history.defense.gov/Historical-Sources/National-Security-Strategy>

5. The Economic security Act of 1935. The United States Social Security Administration. 1935. 48 p. URL: <https://www.ssa.gov/history/pdf/s35benjamin.pdf>

6. The National Security Act of 1947. US Congress, 1947. 17 p. URL: <https://www.cia.gov/library/readingroom/docs/1947-07-26.pdf>

ОЦІНКА РІВНЯ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Гойда О. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Дон О. Д.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій
Університету митної справи та фінансів)

Індекс людського розвитку – це інтегральний показник, що розраховується щорічно для міждержавного порівняння і вимірювання рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття, як основних характеристик людського потенціалу досліджуваної території. Якщо потрібно порівняти рівень життя різних країн – ІЛР виступає основним інструментом.

Індекс розробив і вів в обіг відомий пакистанський економіст Махбуб-уль-Хак, саме його розробку використовують ООН з 1993 р.у звітах про розвиток потенціалу людини.

У звіті ООН від 2020 року спостерігалися динамічні зміни: ріст ІЛР, зростання очікуваної цифри загальної та середньої тривалості навчання, ріст ВВП на душу населення. У звіт про людський розвиток включаються 189 держави-члени.

Лідери світу серед індексу людського розвитку залишаються в основному незмінними, порівняно з попередніми роками.

Таблиця 1

Десятка лідерів за звітом людського розвитку ООН (2020 р.)

№	Країна	ІЛР	Очікувана тривалість життя при народженні (років)	Очікувана тривалість навчання	Середня тривалість навчання	ВВП на душу населення
1	Норвегія	0,957	82,4	18,1	12,9	66,494
2	Ірландія	0,955	82,3	18,7	12,7	68,371
3	Швейцарія	0,955	83,8	16,3	13,4	69,394
4	Гонконг	0,949	84,9	16,9	12,3	62,985
5	Ісландія	0,949	83,0	19,1	12,8	54,682
6	Німеччина	0,947	81,3	17,0	14,2	55,314
7	Швеція	0,945	82,8	19,5	12,5	54,508
8	Австралія	0,944	83,4	22,0	12,7	48,085
9	Нідерланди	0,944	82,3	18,5	12,4	57,707
10	Данія	0,940	80,9	18,9	12,6	58,662

Ці країни характеризуються стабільною якістю свого життя та правильним балансом між роботою та відпочинком, високим рівнем доходу, з хорошими соціальними послугами.

Таблицю закінчує десятка найбідніших країн світу, таких як: Ємен, Еритрея, Малі, Чад.

Таблиця 2

**Десятка країн з найменшим ІЛР
за звітом людського розвитку ООН (2020 р.)**

№	Країна	ІЛР	Очікувана тривалість життя при народженні (років)	Очікувана тривалість навчання	Середня тривалість навчання	ВВП на душу населення
180	Ємен	0,459	66,3	5,0	3,9	2,793
181	Еритрея	0,456	60,9	10,0	3,5	1,250
182	Мозамбік	0,452	54,7	10,2	3,7	1,668
183	Буркіна-Фасо	0,452	61,6	9,3	1,6	2,133
184	Малі	0,434	59,3	7,5	2,4	2,269
185	Південний Судан	0,433	57,9	5,3	4,8	2,003
186	Бурунді	0,433	61,6	11,1	3,3	754
187	Чад	0,398	54,2	7,3	2,5	1,555
188	Центральноафриканська Республіка	0,397	53,3	7,6	4,3	993
189	Нігерія	0,394	62,4	6,5	2,1	1,201

Результати дослідження свідчать, що високий рівень неофіційної та нестабільної зайнятості, проблеми соціального захисту, еміграція кваліфікованих і молодих працівників і відчуття нерівності перед законом посилюють проблему в країнах з низьким рівнем ІЛР. Але, незважаючи на це країни поступово поліпшують свої показники. Прикладом цього слугує Центральноафриканська республіка, яка посіла 188 місце, країна покращила показник ІЛР на два пункти порівняно з 2014 роком. Поступово країнам із низьким рівнем доходів надають можливості до базової інфраструктури.

Між Норвегією та країнами з найменшим ІЛР залишаються значні відмінності, коли йде мова про благополуччя населення. Зараз, дитина народжена у Норвегії, живе у середньому 82 роки та навчається 18 років. Порівняно із жителем Нігерії, який проживе 62 роки та навчатиметься 6 років.

Поступово стає зрозумілим, що індекс людського розвитку надає можливість проаналізувати ситуацію не лише на основі економічних показників.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія URL:<https://uk.wikipedia.org>
2. Програма розвитку ООН в Україні URL:<https://www.ua.undp.org>
3. Главком URL:<https://glavcom.ua>
4. Юридична газета URL:<https://yur-gazeta.com>
5. Букліб URL:<https://buklib.net>
6. Освіта UA URL: <https://ru.osvita.ua>
7. GT Маркет URL:<https://gtmarket.ru>

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЕКОНОМІКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Юрескул Г. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Бикова А. Л.**, к.е.н., доц.,
завідуюча кафедрою економіки та соціально-трудових відносин
Університету митної справи та фінансів)

Сучасні підприємства функціонують у час, коли постійно відбуваються певні зміни, і підпадають під вплив чинників, які вони не можуть змінити. Базисом при розробці стратегії розвитку підприємства є аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище організації, що зумовлює актуальність дослідження. Зовнішнє середовище сучасного підприємства характеризується надзвичайно високим рівнем складності, динамізму і невизначеності. Тому здатність адаптуватися до постійних змін зовнішнього середовища – основна умова й перевага в бізнесі та інших сферах діяльності [3].

Ефремов. В.С. розглядає підприємство як відкриту система, розвиток якої залежить саме від зовнішнього середовища [1].

У своїй праці Д.О. Горелов стверджує, що аналіз зовнішнього середовища – це процес, за допомогою якого розробники стратегічного плану контролюють зовнішні стосовно організації фактори, щоб визначити можливості й загрози для підприємства [4].

У сучасних економічних умовах фактори зовнішнього середовища відрізняються взаємозалежністю, складністю, агресивністю, мінливістю, не прогнозованістю. Тому будь-яка організація повинна не лише пристосовуватись до зовнішнього середовища шляхом адаптації своєї внутрішньої структури і поведінки на ринку, але і активно формувати зовнішні умови своєї діяльності, постійно виявляючи в зовнішньому середовищі загрози та потенційні можливості.

Результати взаємозв'язків підприємства із зовнішнім середовищем можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на його діяльність, а саме на організацію його виробництва. Тому підприємство повинно постійно приймати рішення щодо визначення нової лінії поведінки в мінливій ситуації, зміни шляхів досягнення поставлених цілей, а в деяких випадках і оновлення самих цілей, що визначається дією чинників зовнішнього середовища [2].

Науковець Шморгун Л. Г. виділяє основні фактори зовнішнього середовища, які впливають на розвиток організації. Це міжнародні події, політична ситуація, стан економіки, вплив державних органів влади та науково-технічний прогрес [5].

На наш погляд, основними характеристиками зовнішнього середовища, які впливають на сучасне підприємство є такі складові як: економічна, правова, політична, демографічна, природна, соціально-культурна та науково-технічна. Аналіз зазначених компонентів потребує усвідомлення, що всі його елементи мають бути у стані суттєвого взаємовпливу. Тому їх аналіз необхідно проводити не тільки по кожному окремо, але й досліджувати вплив на інші фактори.

Вивчення економічного компоненту макросередовища дозволяє зрозуміти те, як формуються та поділяються ресурси. Воно передбачає аналіз таких характеристик, як величина валового національного продукту, темп інфляції, рівень безробіття, процентна ставка.

Аналіз правового регулювання, що передбачає вивчення законів та інших нормативних актів, дає підприємству можливість визначити для себе допустимі межі дії у взаємодії з іншими суб'єктами права та допустимі методи відстоювання своїх інтересів.

Політична складова макросередовища повинна вивчатися в першу чергу для того, щоб мати уяву про наміри органів державної влади по відношенню до розвитку суспільства та про засоби, за допомогою яких держава має намір провадити в життя свою політику.

До демографічних чинників слід віднести кількість потенційних споживачів, наявну і потенційну кількість робочої сили її кваліфікаційні характеристики.

Аналіз природних чинників, з одного боку дозволяє забезпечити підприємства ресурсами, створює умови для їх функціонування, а з іншого – обмежує його діяльність.

Вивчення соціально-культурної складової макросередовища спрямоване не те, щоб виявити вплив на бізнес таких соціальних явищ, як: відношення людей до роботи та якість життя; існуючі в суспільстві звичаї та вірування; цінності людей.

Аналіз науково-технічної складової дозволяє своєчасно побачити ті можливості, які розвиток науки та техніки відкриває для виробництва нової продукції, її вдосконалення та для модернізації технології виготовлення і збуту продукції.

Результати дослідження впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства дали змогу дійти до висновку, що зовнішнє середовище організації – це складна структура, яка потребує аналізу для формування комплексу заходів, спрямованих на ефективне ведення діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Ефремов. В. С. Стратегія бізнесу. Концепції та методи планування: учбовий посібник. – К: Фінпрес, 2002. – 256 с.

2. Дем'янова Є. В. Організація управління адаптацією на машинобудівних підприємствах, дис. ... к.е.н за спец. 08.00.04 – економіка і управління підприємствами, Луганськ. 2011.

3. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник для студентів і аспірантів. – Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – 635 с.

4. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. О. Горелов, С. Ф. Большенко. – Х.: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.

5. Менеджмент організацій: навчальний посібник / Л. Г. Шморгун. – К. : Знання, 2010. – 452 с. (Вища освіта ХХІ століття).

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Рудь М. Б.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Дон О. Г.**, викладач кафедри економіки та управління національним господарством Університету митної справи та фінансів)

Останнім часом страхові компанії стають все активніше в пошуках нових методів розвитку свого бізнесу. На меті – зробити їх комерцію більш зручною, адаптивною для нових потенційних клієнтів. Розвиток сучасних технологій забезпечує цілком перспективні умови для такого напрямку, як наприклад онлайн – страхування. Завдяки використанню інструментів просування в мережі, перед страховими компаніями відкриваються нові горизонти засобів залучення клієнтів та росту попиту на послуги для них, водночас значно знижуючи витрати на ведення бізнесу та створюючи нові умови для продажу.

Так, за допомогою соц-мереж, страховальники мають перед собою можливість цілодобово отримувати інформацію про умови страхування, послідовність виплат страхових платежів, акційні пропозиції та можливості відшкодування коштів. В той же час, страхові компанії можуть використовувати такі медійні інструменти, як: реклама, мобільні додатки чи інші види телекомунікацій для активного просування своїх послуг.

В цілому, термін «інтернет-страхування», можна охарактеризувати як сукупність взаємовідносин між страховиком і страховальником, в ході операції оформлення страхового забезпечення, а у випадку появи страхового випадку – забезпечення відшкодування збитків страховальника на основі укладеного Інтернет договору, що дуже зручно для обох сторін, адже заощаджує не тільки кошти, а й можливий не потрібний потрачений час та фізичні сили через обов'язкову фізичну присутність [1].

Ця форма продажу страхових продуктів через Інтернет є відносно новою на українському ринку, але отримала широкий розвиток у багатьох країнах. У Європі лідерами з онлайн – продажів вважаються Німеччина, Франція, Великобританія та Італія. У цих країнах безпосередні продажі в мережі Інтернет перевищують 5 % від загальної кількості послуг, що пропонуються на страховому ринку. Щорічний темп зростання онлайн страхування в Європі досяг позначки більш ніж 80 % [2].

Говорячи про переваги онлайн страхування, хотілось б, одразу ж відмітити одну з основних переваг такого методу – це те, що страхові компанії і база потенційних клієнтів встановлюють тісний контакт, при тому без типових значних витрат бюджету на рекламу з боку медіа, аксіомою чого є, що високій вартість таких засобів не дає той самий високий попит, якого очікують від медіа реклами, бо все ж залишається фізичний фактор обов'язкової присутності.

В Україні є компанії, які вирішили забезпечити своїх клієнтів таким інструментом для страхування, як онлайн страхування, наприклад: АХА Страхування, АСКА, ОРАНТА, ІНГО Україна, Альфа Страхування і не пошкодували про це, адже ці компанії збільшили свої продажі в Інтернеті в 2 рази [3].

Однак, зважаючи на значну кількість чинників, які є перешкодою інтернет-страхуванню, ці компанії забезпечують в онлайн форматі досить обмежений спектр своїх послуг таких, як: страхування автоцивільної відповідальності, страхування майна та коштів, послуга «зеленої карти», страхування від хвороб та нещасних випадків, тощо

Згідно з досліджень InMind та Factum-Group International Network, в Україні відсоток населення України старше 15 років, що має доступ до Інтернету становить 30 млн користувачів (станом на кінець 2020 року) і кожен третій, згідно з історією запитів користувачів – цікавиться певним видом страхування, при цьому з бажанням як можна скоріше його оформити, при цьому не гаючи марно часу на фізичну присутність [4]. Іншими словами кажучи, на потенційну клієнтську база страхової компаній припадає більше половини населення країни.

Підсумовуючи все вище сказане, можна сказати, що за сучасних умов стрімкого переходу ринку послуг на онлайн платформи, онлайн страхування є вигідною альтернативою продажу страхових послуг. Необхідно також постійно стимулювати розвиток інтернет-страхування, удосконалюючи нормативно-правову базу надання страхових послуг, таким чином зміцнюючи довіру серед страхувальників через забезпечення захист веб-сайту страхування від можливих кібератак. Ряд таких заходів надасть постійний попит на страхові послуги компаній в режимі онлайн, що значно полегшить процес надання продукту страхування.

Список використаних джерел

1. Дегтяр А., Соболь Р. Міжнародний досвід надання страхових послуг та регулювання страхової діяльності.
2. Стельмашук А. М. Іноземні інвестиції як чинник економічного зростання внутрішнього ринку України / А. М. Стельмашук // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 5 (8). – С. 240–247.
3. Свешнікова К. Т. Перспективи розвитку онлайн-страхування в Україні. – 2014. – С. 134–139.
4. Міжнародний досліджуваний центр Factum Group Ukraine – Офіційний портал: <http://factum-ua.com>

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Охріменко М. Є.,

студент Університету митної справи і фінансів

(науковий керівник – **Дон О. Д.**, викладач кафедри економіки

та управління національним господарством

Університету митної справи та фінансів)

Сьогодні глобалізація стала одним із найважливіших факторів для характеристики сучасної світової економічної системи, що змушує людей переглянути багато моделей економічного розвитку. Актуальність дослідження підтверджується швидким розвитком інтеграційних процесів, які знаходяться під впливом перемін у сфері політичної та економічної взаємодії між країнами та іншими міжнародними утвореннями. Розвиток такого роду глобалізації змушує вчених вивчати та знаходити нові шляхи вирішення економічних питань та проблем.

Перелік науковців, які займалися дослідженням сутності глобалізації, наслідків її впливу на розвиток країн та господарський комплекс: І. Бевз, О. Біла, А. Вдовічен, Р. Войтович, М. Делягіна, В. Іноземцева, В. Є. Куриляк, Г. Майборода, Є. В. Савельєв, В. В. Риков, А. Чухна та ін.

Посилення тенденції глобалізації допомагає звільнити ринкові сили від державного контролю, що має значний вплив на всі сфери сучасного суспільного життя та посилює взаємозалежність суб'єктів господарювання. В таких умовах існування незалежних країн не можна відокремити від активної співпраці в міжнародній системі для спільного вирішення різних проблем.

Характер та ступінь участі України у світових економічних відносинах відображають її сучасні економічні умови. З точки зору сучасних стандартів, низький економічний потенціал спонукав країну зміцнити міжнародну торгівлю, а низький рівень технологічного розвитку перешкоджає її інтеграції у міжнародну торгівлю.

Одним з основних способів боротьби з ризиками та загрозами, пов'язаними з глобалізацією, є адаптація системи державного управління до складних економічних умов та створення конкурентоспроможної економіки. Сьогодні для країн, як і на початку ХХ століття, перше завдання - знайти відповідну модель соціального та економічного розвитку, яка буде добре функціонувати в певних умовах. Для України немає іншого шляху, крім зосередження реформ на побудові нової економіки у її сучасному та прогресивному розумінні.

Головні конкурентні переваги України зосереджені переважно в галузях сільського господарства, транспорту та освіти, що є практично аксіомою [1], однак завдання полягає в тому, щоб зосередити реформи та ресурсний потенціал на використанні цих конкурентних переваг. Але на сьогодні в товарній структурі експорту України, частка недорогоцінних металів

та виробів становить близько 25 % [2], що суперечить спрямованості національним структурним пріоритетам та перспективам країни на світовому господарстві в цілому.

Іншим аспектом є проблема трудової міграції, що призводить до нестачі робітників, високоосвічених фахівців та науковців [3].

Криза в українській економіці не дозволяє країні належним чином виконувати свої функції безпеки. Крім того, інтеграційний процес додав нові складні умови співіснування [3].

Отже, глобалізація процесу економічних реформ потребує нових механізмів розвитку національних економічних операцій у напрямку одночасного реагування на загрози ХХІ століття. Основною проблемою розвитку українського товарного експорту є його низька конкурентоспроможність на зовнішніх ринках, і тільки завдяки ефективним заходам економічної політики та стратегічному баченню власних переваг дозволить систему державного управління успішно адаптувати національну економіку до негативних наслідків глобалізації.

Список використаних джерел

1. Куриляк В. Є., Савельєв Є. В. Вплив глобалізації на економічний розвиток України: Економіка України. 2012. С. 57–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_9_7

2. Довідка «Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2020 році». URL: www.me.gov.ua

3. Риков В. В. Вплив глобалізаційних процесів на економічну безпеку України: Право та державне управління. 2020. С. 204–210. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2020/33.pdf

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ У РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Чабан Л. І.,

аспірант Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Бикова А. Л.**, к.е.н., доц.,

завідуюча кафедрою економіки та соціально-трудова відносин

Університету митної справи та фінансів)

У вік інформаційного суспільства та швидких глобалізаційних процесів, в умовах економіки, заснованої на знаннях, стає очевидним, що людина є головним джерелом забезпечення прибутку. Будь-який капітал підприємства, окрім людського, всього лиш пасивні та бездіяльні ресурси, що потребують втручання людини з метою створення доданої вартості. Нині основним завданням будь-якого підприємства є інтеграція знань з метою досягнення стратегічної мети (задоволення потреб споживачів, максимізація прибутку, процвітання, конкурентноздатність тощо).

За таких умов до людського капіталу вітчизняних підприємств постійно висуваються нові вимоги: участь кожного працівника у розвитку та

вдосконаленні виробництва; дотримання стандартів високої якості продукції в умовах зростання технологічних вимог виробництва та зміни попиту споживачів; стабілізація зростання собівартості виробів завдяки постійному вдосконаленню процесу виробництва та активній політиці зниження витрат; гнучкість працівника на ринку праці, що досягається у результаті швидкої адаптації до нових умов, високої професійної та територіальної мобільності; постійна зацікавленість працівників у підтриманні своєї конкурентоспроможності на ринку праці.

Формування людського капіталу відбувається на основі положення про те, що вроджений людський капітал розвивається в результаті усвідомленого інвестування. Такими інвестиціями постають: освіта, навчання на робочому місці, зміцнення здоров'я тощо. Особливістю інвестування в людський капітал є те, що людина виступає не лише об'єктом інвестування, але і його метою.

У сучасних умовах господарювання підприємствам притаманний процес обмеження або секвестрування бюджету – процедури обґрунтування скорочення окремих або всіх складових бюджету. Українським підприємствам сьогодні притаманне зменшення витрат (резерви скорочення), які здійснюється у першу чергу за рахунок зменшення фінансування людського капіталу.

Низький рівень інвестицій вітчизняних підприємств у розвиток людського капіталу зумовлений низкою причин:

- недостатня кількість вільних коштів;
- неусвідомлення керівництвом необхідності даної складової інвестування через непроінформованість, складність розрахунку термінів окупності та економічних ефектів від таких вкладень;
- неефективна система мотивації щодо вкладення коштів у людський капітал з боку держави для підприємств [1]. Якщо інвестиції не забезпечують приросту прибутку та не призводять до видимих позитивних змін на підприємстві, їх подальше здійснення можна вважати недоцільним. Проте саме в період економічної нестабільності, інвестиції у професійний розвиток працівників мають здійснюватися у достатньому обсязі, створюючи підґрунтя для ефективної діяльності підприємства у найближчій перспективі та у післякризовий період.

Основний інструмент скорочення витрат на персонал – це не зменшення фінансування, а оптимізація витрат на персонал та трудовий процес. Під оптимізацією ми розуміємо їх доцільну зміну, що містить одночасно скорочення, збільшення та перерозподіл.

Однією з основних причин неефективності інвестицій у заходи з розвитку персоналу роботодавці вбачають небажання працівників використовувати набуті знання та вміння. Внаслідок цього не відбувається підвищення їх продуктивності і, як наслідок, зростання кінцевих фінансових результатів підприємства. Інколи навчені працівники взагалі звільняються з роботи, що призводить до повної втрати інвестованих у них коштів. Недосконала мотивація праці демонструє відсутність зв'язку між ключовими показниками діяльності персоналу та окремими елементами оплати праці. Отже, вітчизняним підприємствам необхідно правильно обрати відповідну

модель оплати праці як економічну складову мотивації персоналу. При цьому, варто пам'ятати, що для працівника заробітна плата є доходом на його інвестиції, вкладені у освіту, набуття певного рівня кваліфікації та компенсація за витрачені час і зусилля спрямовані на якісне виконання покладених на нього завдань. Заробітна плата працівників повинна розглядатися не як затрати, які необхідно мінімізувати будь-якими шляхами, а як інструмент стимулювання працівників до підвищення продуктивності праці, участі у навчальних заходах, використання набутих знань та умінь тощо. Вона має збалансувати інтереси усіх зацікавлених сторін та забезпечити ефективну їх взаємодію в питаннях оплати праці на партнерських засадах. Ефективна система оплати праці здатна забезпечити майбутню прибутковість підприємства шляхом формування лояльної, мотивованої та висококваліфікованої робочої сили. Вона повинна визначити таку модель поведінки працівників, яка б сприяла досягненню стратегічної мети підприємства та забезпечити взаємозв'язок між результатами діяльності персоналу та розміром виплат, який би спрямував персонал до окресленої моделі поведінки.

Поєднання запропонованих заходів, а саме: оптимізації витрат на розвиток персоналу, використання збалансованої системи показників людського капіталу, розробки та впровадження ефективної мотиваційної системи та системи оплати праці «за результатами» дозволить налагодити безперервний розвиток працівників та забезпечити його високу ефективність. Використовуючи вищевикладені пропозиції з підвищення ефективності інвестицій у розвиток персоналу, вітчизняні підприємства зможуть забезпечити зростання результативності своєї діяльності та досягти стійкого рівня конкурентоспроможності на національному та світовому ринках.

Список використаних джерел

1. Кубатко О. В. Інвестування в людський капітал як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства / О. В. Кубатко, Ж. С. Пронікова // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 3. – С. 92–97.

ПРОЖИТКОВИЙ МІНІМУМ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ДИНАМІКА

Ковальов М. С.,

студент Дніпровського національного університету

ім. Олеся Гончара

(науковий керівник – **Ульянова Л. П.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів

Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара)

Однією з базових потреб кожної людини є забезпечення основними засобами для існування, життєдіяльності, підтримка нормального стану здоров'я. Для задоволення потреб такого роду необхідна певна мінімальна кількість грошей в розпорядженні окремої людини. Прожитковий мінімум, як категорія, визначається як вартісна величина набору продуктів харчування для задоволення основних фізіологічних потреб людини, забезпечення нормального функціонування її організму, збереження на відповід-

ному рівні стану здоров'я, непродовольчих товарів та послуг для задоволення базових соціальних і культурних потреб особистості.

Існує декілька методів визначення прожиткового мінімуму в конкретних країнах. Статистичний метод характерний тим, що при ньому прожитковий мінімум встановлюється на рівні доходів, які мають, в найменшій мірі, 10–20 % заможних громадян. При суб'єктивному методі проводяться соціологічні опитування вибірки населення з питань встановлення прожиткового мінімуму. Ресурсний метод, що використовується в найбільш розвинених країнах світу, застосовується при достатній можливості національних економік забезпечувати оплату прожиткового мінімуму. Комбінований метод характерний тим, що при ньому застосовується декілька інших наведених раніше методів одночасно, вартість продуктових товарів оцінюється за нормами, інші товари за їх часткою у відсотках в загальній сукупності витрат. У більшості країнах світу застосовується, так званий, нормативний метод, що полягає у встановленні прожиткового мінімуму через споживчий кошик товарів та послуг.

В Україні визначення прожиткового мінімуму базується на нормативному методі, також присутній диференційований підхід до обчислення залежно від вікового критерію, соціальної або демографічної групи осіб. Встановлюється Кабінетом Міністрів і за його поданням затверджується Верховною Радою України щорічно згідно із Законом України «Про прожитковий мінімум» № 966-XIV від 15.07.1999 [1]. При визначенні прожиткового мінімуму проводиться наукова експертиза з використанням нормативів фізіологічних потреб особи в продуктах харчування, береться до уваги її хімічний та біологічний склад, енергетична цінність. Важливо зазначити, що потреби у продовольчих товарах змінюються в залежності від віку особи через різний рівень потреби в них. При визначенні набору товарів непродовольчого типу враховують нормативи забезпечення гігієнічними засобами, медикаментами, побутовими речами.

Розміру прожиткового мінімуму властиві зміни протягом часу, що пов'язані з розвитком продуктивних сил, потреб, соціальної політики держави, стану економіки тощо.

Із наявних статистичних даних можна зробити висновок, що номінальний прожитковий мінімум протягом 2012–2021 рр. нерівно зростав: на 6,1 % протягом 2013–2014, на 19 % – у 2016, на 16,1 % – у 2017, на 9,4 % – у 2018, на 13 % – у 2020 р., на 4,8 % – у 2021 р. [2]. Реальний його розмір, тобто купівельна спроможність мала нижчу динаміку у зв'язку з інфляцією, темпи якої змінювались протягом зазначеного періоду таким чином.

До 2013 року рівень прожиткового рівня підвищувався швидше за рівень споживчих цін. Але у всі наступні роки показник зростання цін підвищувався більше за норму прожиткового мінімуму. За весь розглянутий період рівень цін зріс на 259 %, а прожитковий мінімум лише на 219,6 % [3]. Це свідчить про факт того, що наразі знизилася планка мінімально встановленого рівня доходу для задоволення основних потреб людської особи. Зміна показника прожиткового мінімуму тісно пов'язана із падінням доходів населення країни, зниження рівня соціального стандарту.

Рівень прожиткового мінімуму, в певній йому мірі, характеризує рівень життя населення України, він береться до уваги при розробці соціаль-

них програм, встановленні розміру мінімальної заробітної плати і соціальних виплат за різними категоріями. Прожитковий мінімум як соціальний стандарт застосовується при визначенні величин неоподатковуваного мінімуму доходів громадян.

Наразі в Україні існує цілий ряд проблем встановлення прожиткового мінімуму. Нинішня методика обчислення має недолік у вигляді того, що у різних регіонах країни можуть бути різні доходи громадян і неоднакові ціни на споживчі товари. Наразі не враховується, що громадяни фактично здійснюють вагомі витрати на медичні послуги, освіту та інші послуги, безкоштовність яких гарантується Конституцією України. Треба зазначити, що при складанні споживчого кошика до нього відносять в багатьох випадках продукти низької якості, вживання яких може не задовольняти фізичні потреби особи, а в деяких випадках споживання цих продуктів може бути шкідливим для здоров'я.

Для об'єктивної оцінки прожиткового мінімуму важливо враховувати реальну вартість товарів і послуг матеріального та нематеріального характеру, забезпечення якими має виключну важність для повноцінного існування людини у сформованих в країні соціально-економічних умовах, залучення у процес суспільного виробництва, яке так важливе на сучасному етапі економічного розвитку. Тим не менш, проаналізовані статистичні показники зміни цін і прожиткового мінімуму акцентують увагу на проблемі зниження доходів прошарків населення та необхідності її вирішення.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mof.gov.ua/uk>
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ОБСЯГІВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Ковальов М. С.,

студент Дніпровського національного університету
ім. Олеся Гончара

(науковий керівник – **Ульянова Л. П.,** к.е.н., доц.,

доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів

Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара)

Одним із показників, який характеризує економічний стан певної країни, є рівень ухилення її суб'єктів від сплати податків. Протиріччя в законодавстві, високі податкові ставки, що не відповідають фінансовим можливостям платників, бюрократизм, слабка адміністрування сплати податків є причинами відмови окремих суб'єктів від їх сплати і переведення своєї діяльності поза межі державного обліку. Так утворюється тіньовий сектор економіки.

Всі економічні суб'єкти, що здійснюють свою діяльність в тіньовому секторі, є потенційними платниками податків, які через наведені причини не здійснюють їх сплату до бюджетів різних рівнів і цільових фондів. Таким чином держава недоотримує значну частину грошових коштів до бюджету і втрачає значні можливості ліквідації його дефіциту, розширення його видаткової частини.

В Україні за останні тридцять років склалися великі об'єми тіньового сектору економіки у порівнянні з іншими країнами. Інформація по об'ємах тіньової економіки в Україні наводиться за чотирма типами оцінювання, наявна оцінка державної статистики, оцінка за збитковістю підприємств, за електричним і монетарним методом.

В загальному оцінюванні рівня тінізації економіки за чотири аналізовані роки показник коливається в межах від 20 % до 32 %. Оцінка, яка була проведена за методом збитковості підприємств, показує зниження рівня тінізації економіки протягом 2017–2019 рр. з 25 % до 20 % і демонструє значне зростання у 2020 р. до 32 %. Підвищення об'єму тіньової економіки у 2020 р. є наслідком початку економічної кризи і, як результат, зростання збитків більшої частини функціонуючих підприємств. Ці обставини мають негативний вплив на здатність підприємств сплачувати податки, частина з них почала ігнорувати сплату податків і опинилася в тіньовому секторі.

Оцінка за електричним методом продемонструвала поступове зменшення рівня тінізації економіки з 29 % від ВВП у 2017 році, до 26 % у 2019 і 25 % у 2020 році. Електричний метод оснований на співставленні динаміки споживання електроенергії та рівня ВВП [1].

Монетарний метод оцінювання полягає в співставленні динаміки грошової маси та рівня ВВП. Так показники за цим методом за 2017–2020 рр. демонструють коливання в межах 30–32 % від рівня ВВП. 31 % у 2017 р., 32 % у 2018 році, спадання на 2 % до рівня 30 % у 2019 році і 31 % за 2020 р.

Оцінка органів державної статистики заснована на інтегральному методі оцінки тіньової економіки. За період з 2017 по 2020 рік видиме коливання від 28 % до 31 % із зростанням саме в 2020 р.

Розглядаючи наведену інформацію важливо зауважити, що дані по об'ємах тіньової економіки є лише оціночними і реальні її масштаби можуть в значній мірі відрізнитись від представлених. Причиною може бути статистична похибка і ряд недоліків у методології оцінювання масштабів тіньового сектора.

Із наведених даних можна зробити висновок, що в економіці України наразі наявний значний тіньовий сектор за об'ємом у третину від рівня ВВП країни. Цей показник є в значній ступені великим, особливо у порівнянні з рівнем тінізації економік інших країн світу. Середній рівень тіньового сектору в країнах світу оцінюється у 22 %, в той час як оптимальним показником вважається рівень у 10–15 % від рівня ВВП [2]. Таким чином можна дійти висновку, що держава недоотримує податкових надходжень у розмірі від 30–46 % ВВП. В країні є значна кількість економічних суб'єктів, які не здійснюють сплату податків і функціонуюча наразі податкова політика не сприяє виведенню частини економіки із тіньового секто-

ру. До основних причин існування такої значної частини неоподаткованого доходу є слабкість заходів держави по контролю за сплатою податків, запобіганню ухилення від них підприємств, притягненню до відповідальності податкових порушників.

Для ліквідації високого рівня тінізації економіки доцільне посилення контролюючих заходів держави зі сплати податків. В значній мірі це стосується збільшення кількості перевірок серед суб'єктів підприємницької діяльності чи посилення їх якості. Для ефективного упередження як ухилення від сплати податків, так і корупції взагалі, доцільно консолідувати функції і повноваження в єдиному органі, який буде здатний ефективно реагувати на прояви фінансових правопорушень. В тому числі і податкових.

Високий відсоток тінізації економіки в певній мірі можна пояснити наявністю малорентабельних або повністю збиткових підприємств, що для поліпшення свого матеріального стану прибігають до ухилення від сплати податків. Для таких підприємств доцільне розширення податкових пільг для поліпшення їх фінансового стану. Із впровадженням податкових пільг для суб'єктів, що не сплачують податки, зросте кількість платників податків, що їх сплачують, оскільки вони будуть мати більше можливостей для розрахування по зобов'язанням із новим податковим навантаженням. Зменшиться кількість суб'єктів, що ухиляється від сплати податків. Такий ефект буде досягнений лише за рахунок зміни підходу та взаємовідносин між платником податків і державою, що стягує податки.

Список використаних джерел

1. Загальні тенденції тіньової економіки 2020: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=0d2c3c02-f707-4e91-9ab5-1365435cc4e7&tag=PrezentatsiiniMaterialiPoPublichniInformatsii>

2. Швайко М. Л. Особливості податкової політики України у сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 16. С. 33–38.

СУЧАСНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА УКРАЇНУ

Дмитренко В. Є.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Дон О. Г., к.е.н.,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин

та регіональних студій

Університету митної справи та фінансів)

Глобалізація – це перехід економічної, політичної та культурної інтеграції країни на світовий рівень.

Україна з кожним роком все частіше стикається з глобалізаційними процесами. За рейтингом глобалізації KOF SwissEconomicInstitute Україна зайняла 47 місце зі 191 країни (2015 р.). Ще з моменту становлення незалежності країни ми могли спостерігати певні глобалізаційні процеси та їх наслідки [1].

Звісно, процеси глобалізації мають відчутний вплив на країну тому, що економіка, політика та культура переходять на новий рівень.

Україна зіткнулася як з недоліками так і з перевагами глобалізації. Пропоную детально розглянути кожен з ситуацій.

Одним з недоліків глобалізації варто зазначити розрив економічного та соціального розвитку між Україною та привілейованими країнами світу, наприклад США, Франція, Італія та ін. Відбувається нерівномірність у соціальних статусах жителів країн, все більше розмежовується бідне населення та населення з великим достатком. В Україні відбувається ріст кількості бідних, безробітних жителів, у той час як в країнах «золотого мільярда» жителі виходять на нові економічні рівні та нарощують свої заробітні плати. Це стало однією з причин масової міграції, через що соціально-економічна ситуація зазнала відчутних проблем. За цими показниками можна зробити висновок, що Україна увійшла в глибоку демографічну кризу, це зумовлено також поширенням тероризму, корупції, піратства, а також забруднення середовища, що тягне за собою техногенні аварії, забруднення води, пандемії та підвищення смертності жителів країни [2, 3].

Доречі, негативне сальдо міграції та низька народжуваність також є приводом для зменшення чисельності населення країни.

Глобалізація стала причиною порушення суверенітету держави, суверенітет України наразі зазнав змін під впливом глобалізаційних процесів, а отже у державі посилюються етнічні конфлікти, тобто вона не може протидіяти тероризму та ін міжнародним проблемам. Також у країні зростає рівень тіньової економіки, зростає криміналізація та корупція, а це в свою чергу сприяє тому, що деякі країни не бажають встановлювати економічні зв'язки з Україною.

Процеси глобалізації також стали причиною пригнічення вітчизняних виробників, бо країна віддає перевагу іноземним виробникам, зумовлюючи це гарною якістю товарів та доступною ціною, з одного боку це дійсно гарна можливість користуватися різноманітними товарами з вигідними для нашої країни цінами, а з іншого боку це негативно впливає на внутрішню економіку країни.

Але загрози глобалізаційних процесів можна уникнути створенням публічних інститутів, їх основною метою буде швидке вирішення різних ситуацій, які будуть спричинені процесами глобалізації та формування єдності суспільства країни, беручи за основу демократичні європейські цінності.

Глобалізаційні процеси мають також позитивний вплив на Україну.

Слід почати з того, що глобалізація передбачає вільну торгівлю, що є вигідним для обох сторін. Глобалізація може сприяти економічному зростанню, це може відбутися через економію на масштабах виробництва, а отже ми можемо спостерігати зниження цін та скорочення витрат [3].

Глобалізаційні процеси стимулюють розвиток нових технологій. Також глобалізація може підвищити продуктивність праці за рахунок

розповсюдження технологій та підвищити об'єм фінансових ресурсів через поширення кількості ринків [4].

Глобалізаційні процеси дають змогу країнам співпрацювати один з одним в економічному, політичному та культурному середовищах. Глобалізація дає змогу країнам зкоординуватись і вирішувати проблеми спільними зусиллями, таким чином можна уникнути навіть екологічних проблем, що в свою чергу зупинить ряд інших негод країни, як от демографічні кризи. Тобто глобалізація передбачає взаємодопомогу між країнами [4].

Отже, підсумовуючи все вище сказане можна зробити висновок, що глобалізаційні процеси є рушійною силою економічного, політичного та культурного майбутнього країни. Якщо Україна матиме змогу протидіяти недолікам, які виникають на шляху глобалізації, то країна вийде на новий економічний рівень і буде стрімко розвиватися та налагоджуватизв'язки з іншими країнами.

Список використаних джерел

1. Ковальова Г. П. Україна у світових глобалізаційних процесах: виклики і відповіді: <https://core.ac.uk/download/pdf/229042214.pdf>
2. Бобир Н. В. Глобалізація для України – нові можливості чи потенційні загрози: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/533548.pdf>
3. Кирилов Ю. Є. Вплив процесів глобалізації на розвиток світових економік: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5297>
4. Риков В. В. Вплив глобалізаційних процесів на економічну безпеку України: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2020/33.pdf

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ЙОГО РОЗВИТКУ

Селедцов В. В.,

здобувач Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(науковий керівник – **Краснодєд Т. Л.,** к.е.н.,
доцент кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму
Таврійського державного агротехнологічного
університету імені Дмитра Моторного)

В умовах стрімкого розвитку малого бізнесу в Україні питання економічного обґрунтування ефективного функціонування та розвитку малого підприємництва сьогодні є проблемними. Потребують уваги з боку держави, дослідників, як теоретиків, так і практиків, а також інших суб'єктів економіки за для успішного формування вітчизняного підприємницького клімату.

Малий бізнес в Україні має вагоме соціально-економічне значення, оскільки виконує ряд відповідних функцій – забезпечує населення робочими місцями та, відповідно, доходами, сприяє соціальній справедливості,

стимулює конкуренцію і розвиває економіку, урівноважує та удосконалює структуру народно-господарського комплексу відповідно до потреб населення України. Підприємства малого бізнесу в економіці поділяються на три види – комутанти, патієнти та експлеренти (в залежності від специфіки функціонування та стратегії розвитку на ринку). До малих підприємств згідно законодавства України відносять фізичних та юридичних осіб, в яких працює не більше 50 осіб та річний дохід від будь-якого виду діяльності не виходить за межі 10 мільйонів євро. Це трактування визнане багатьма вченими, проте не є єдиним та універсальним [3].

До правового забезпечення функціонування, розвитку та підтримки малих підприємств в Україні відносять Господарський, Цивільний, Податковий, кодекси України, а також ряд законодавчих нормативно-правових документів, які регулюють та регламентують господарську, комерційну діяльність в нашій державі, в тому числі Закони України. В межах нормативно-правового забезпечення регламентовано механізм функціонування, регулювання та підтримки підприємств малого бізнесу, в першу чергу державної фінансової. При цьому Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22 березня 2012 року є важливим інструментом регулювання та підтримки малих підприємств [1; 4].

Методологія економічного аналізу малого підприємства включає багатий інструментарій методів та засобів вивчення наявних ресурсів, ефективності їх використання, а також дослідження результативності (прибутковості) діяльності підприємства. В контексті аналізу малого торговельного підприємства використовують математичні, економіко-статистичні, графічні та інші методи дослідження [2].

Автором здійснено економічний аналіз комерційної діяльності ФОП «Новосельський Я. Б.» м. Мелітополя Запорізької області, який включив наступні модулі: економіко-організаційна характеристика торгової фірми і аналіз її ресурсного потенціалу; клієнтська база, постачальники підприємства і асортимент продукції; характеристика, товарна і географічна структура товарообігу ФОП «Новосельський Я. Б.»; головні економіко-фінансові результати від діяльності. Результати дослідження досягнуті на основі розрахунків, засвідчили ефективне використання ресурсів на підприємстві, наявність прибутковості, проте не достатньо використовуваний потенціал.

Економічне обґрунтування напрямів ефективного розвитку малого підприємства в контексті зміцнення його конкурентоспроможності на регіональному чи районному рівні передбачає, по-перше, прогнозування окремих показників і тенденцій розвитку та, по-друге, визначення векторів удосконалення господарських процесів на підприємстві з подальшим нарощуванням його ефективності.

Оцінка ринкових позицій ФОП «Новосельський Я. Б.» та діагностика його конкурентоспроможності свідчить про 12 % охоплення ринку, на

якому фірма працює та про рівень конкурентоспроможності 13,64 %. Прогнозна частка ринку підприємства, яка обчислювалась за допомогою експертного методу прогнозування, становить 14 %.

Прогнозування динаміки показників діяльності підприємства з використанням методу екстраполяції на основі середнього рівня ряду свідчить про збереження тенденції зміни показників на наступні три роки (товарообіг, прибуток, рентабельність підприємства).

До напрямів подальшого розвитку малого підприємства в контексті зростання конкурентоспроможності на найближчу перспективу слід запропонувати впровадження немасштабних рекламних заходів, ефективність яких доведена відповідними обчисленнями. Також сюди слід віднести введення мір по оптимізації товарних запасів, удосконалення управлінської та організаційної структури підприємства, застосування інвестиційного механізму.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. Київ. Відомості Верховної Ради України. 2003, № 18, № 19–20, № 21–22, ст. 144.

2. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури. – 2009. – 256 с.

3. Мале підприємство : Юридична енциклопедія : [у 6 т.] / ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана. 2001. – Т. 3 : К–М. – 792 с.

4. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 29.09.2021).

5. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочильяс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ». 2015. – 224 с.

ПОДАТКОВА СОЦІАЛЬНА ПЛЪГА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ І ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Коваленко П. К.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Дулік Т. О., к.е.н., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

До ключових завдань сьогодення, що є пріоритетними для більшості країн, відноситься формування сприятливого соціального середовища для підвищення рівня життя та добробуту населення на основі забезпечення сталого економічного зростання обсягів валового внутрішнього продукту.

На думку П. Шляхтун, сучасна держава має бути соціально орієнтованою та проводити активну соціальну політику, спрямовану на забезпечення працевлаштування населення, захист прав працівника, створення систем охорони здоров'я і соціального страхування, матеріальну підтримку малозабезпечених сімей і материнства, досягнення високого рівня добробуту всіх верств населення [1].

Проведений попередній аналіз засобів соціальної підтримки працюючих громадян в Україні за останні сімнадцять років свідчить про те, що серед них найбільш вживаною є податкова соціальна пільга (далі – ПСП), що надається окремим платникам податку на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО), алгоритм справляння якого здійснюється згідно з розділом IV Податкового кодексу України (далі – Кодекс) [2]. Однак не зважаючи на це, питання про пошук ідеалів соціальної справедливості внаслідок застосування ПСП для фізичних осіб є й досі актуальним, оскільки така пільга надається обмеженому колу платників, а ПДФО суттєво збільшує податкове навантаження на їх доходи, свідченням чого став здійснений нами попередній аналіз порядку його обчислення.

Згідно зі ст. 30 Кодексу податкові пільги – це повне або часткове звільнення платника податку від його сплати за наявності певних підстав [2] (вид діяльності платника податку, особливості його життєдіяльності – утримання неповнолітніх дітей, дітей-інвалідів тощо, обсяг отримуваних доходів тощо), тобто це величина на яку зменшується база оподаткування або податок.

ПСП – це сума, на яку зменшується база оподаткування ПДФО до його нарахування. Іншими словами, починаючи з 2004 р., окремі платники ПДФО мають право зменшити загальний місячний оподатковуваний дохід, отриманий у вигляді заробітної плати від одного роботодавця, на розмір ПСП за її наявності.

Отже, згідно зі ст. 169.4.1 Кодексу ПСП застосовується до доходу, нарахованого на користь платника ПДФО протягом звітного податкового місяця як заробітна плата (інші прирівняні до неї відповідно до законодавства виплати, компенсації та винагороди), якщо його розмір не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, діючого для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 гривень [2] (наприклад, у 2021 р. прожитковий мінімум – 2270 грн \times 1,4 \approx 3180 грн). Між тим, оскільки, згідно з п.п. 1 п. 1 ст. 169 розділу IV Кодексу ПСП складає 50 % розміру прожиткового мінімуму для працездатної особи (у розрахунку на місяць), встановленого законом на 1 січня звітного податкового року – для будь-якого платника податку [2], то впродовж всього 2021 року ПСП становить 1135 грн ($2270 \times 0,5$) та надається у розмірі: 100 % – 1135 грн ($1135 \times 1,0$); 150 % – 1702,50 грн ($1135 \times 1,5$); 200 % – 2270 грн ($1135 \times 2,0$) (табл. 1).

Розмір ПСП для платників ПДФО в Україні за 2017–2021 рр.

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Граничний розмір доходу для отримання ПСП (грн)	2240	2470	2690	2940	3180
I категорія – особи визначені п.п.169.1.2 ст. 169 ПКУ (грн)	800	881	960,50	1051	1135
II категорія – особи визначені п.п.169.1.3 ст. 169 ПКУ (грн)	1200	1321,50	1440,75	1576,50	1702,50
III категорія – особи визначені п.п.169.1.4 ст. 169 ПКУ (грн)	1600	1 762	1 921	2102	2270

Джерело: розроблено автором на основі джерела [2; 3].

При цьому граничний розмір доходу, який дає право на застосування ПСП одному з батьків у випадку та у розмірі, передбачених п.п. 2 п. 1 ст. 169 та підпунктами «а» і «б» п.п. 3 п. 1 ст. 169 розділу IV Кодексу [2], визначається як добуток 3180 грн (2270 грн × x 1.4) та відповідної кількості дітей, тобто за наявності двох дітей – 6360 грн (3180 грн × 2); за наявності трьох дітей – 9540 грн (3180 грн × 3) тощо. Проте скористатися ПСП можуть не всі платники ПДФО, а насамперед ті, що отримують доходи менші ніж 3180 грн, а також особи, які працюють на умовах неповного робочого часу, знаходяться у відпустці без збереження заробітної плати або по догляду за дитиною до 3 років тощо.

Отже, оцінюючи ПСП як засіб підвищення рівня життя та добробуту населення України слід визнати, що попри щорічне її зростання внаслідок збільшення розміру місячного прожиткового мінімуму, внесок пільги у вирівнюванні доходів працездатного населення є незначним і вона, навпаки, навіть дещо збільшує цю нерівність, тобто не сприяє подоланню бідності та не виконує функцій соціального захисту вразливих верств населення [4]. Тому уряд України має подбати про те, щоб ПСП стала у найближчій перспективі ефективним соціальним регулятором.

Список використаних джерел

1. Шляхтун П. П. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 472 с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk756391.pdf>
2. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-VI (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n7038>
3. Розмір податкової соціальної пільги URL: <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/esv/rozmir-podatkovoyi-sotsialnoyi-pilgi>
4. Лібанова Е. М. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу. Нац. академія наук України, Ін-т демографії та соц. досліджень ім. М. В. Птухи. Умань : Сочінський М. М., 2020. 456 с.

РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ВОДИ І САНІТАРНИХ УМОВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сірант М. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Токарник Є. С.,

студент Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Гапєєва О. М.,** д.е.н., доцент,

професор кафедри економіки та соціально-трудоових відносин

Університету митної справи та фінансів)

На сьогоднішній день проблема чистої води та належних санітарних умов є дуже актуальною. Якість і доступність чистої води має прямий вплив на здоров'я людини. Вода є також одним із головних економічних факторів, тобто джерелом енергії, сировини та інше. Однак водні ресурси в усьому світі страждають від забруднення, величезної експлуатації, збільшення населення, урбанізації, а також зміни клімату.

Реалізація Цілі 6. Сталого розвитку «Чиста вода та належні санітарні умови» має на меті забезпечити населення доступною та якісною чистою питною водою та змінити систему централізованого питного водопостачання на більш новітню із застосуванням інновацій, тобто новітніх технологій і обладнання.

В Україні здійснюється доволі системна робота для вирішення даної проблеми, яка охоплює різні напрями: відновлення водних ресурсів, наближення якості води до європейського рівня, розуміння важливості її в житті кожної людини, збереження та дбайливе ставлення, надання безпечної питної води для кожного громадянина. Прикладом управління цими всіма процесами на державному рівні є ст.7 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2047-VIII від 18.05.2017 «Гарантії прав споживачів у сфері питної води, питного водопостачання та водовідведення», що гарантує забезпечення кожної людини питною водою нормативної якості в межах науково обґрунтованих нормативів питного водопостачання залежно від району та умов проживання; державної підтримки, регулювання та нагляду у сфері питного водопостачання і водовідведення відповідно до цього Закону. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» та інші існуючі закони [1].

Також яскравим прикладом реалізації Цілі 6. Сталого розвитку в Україні є компанія Кока-Кола.

Система Компаній Кока-Кола в Україні розуміє важливість водних ресурсів для здоров'я людини. Її діяльність направлена на вирішення даної проблеми шляхом мінімізації соціальних та екологічних ризиків. Компанія вдало реалізовує програми зі зменшенням використання водних ресурсів для виготовлення в процесі виробництва напоїв, вдосконалює систему очистки стічних вод, інвестує в проекти які пов'язані з вирішенням про-

блеми чистої і якісної води. Також проводить заходи з підвищення обізнаності місцевих громад з приводу захисту водних ресурсів, співпрацює з постачальниками з метою визначення об'ємів використання води для виготовлення продукції.

Головна мета компанії зробити виробництво напоїв менш шкідливим для навколишнього середовища. Адже вода є ключовим ресурсом даного виробництва, від якого залежить майбутнє компанії, важливим фактором довгострокового успіху її бізнесу.

Система Компаній Кока-Кола в Україні прагне раціонально використовувати водні ресурси і зменшувати питомий обсяг використання води на одиницю продукції (рис.1). Так, в 2019 році цей показник становив 1,80 літрів води на літр готового напою, що на 1,1 % менше, ніж у попередньому році [2].



Рис. 1. Питомий обсяг використання води на одиницю продукції (літр готового напою) [2]

Таким чином, в Україні Реалізація Цілі 6. Сталого розвитку «Чиста вода та належні санітарні умови» є доволі важливим складним процесом, який потребує комплексного підходу. Але на даний період, ми можемо бачити, що на державному рівні є законодавча база, яка регулює якість і належність санітарних умов в країні. Також допомогти вирішити дану проблему намагаються підприємства та компанії, які також розуміють важливість і масштабність проблеми водних ресурсів. Прикладом є компанія Кока-Кола, яка вже кілька років намагається зменшити викиди і обсяги використання водних ресурсів під час виробництва продукції. Залучає місцеву громаду та сама створює проекти для відновлення водних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Протокол юридичний інтернет ресурс : Стаття 7. Гарантії прав споживачів у сфері питної води, питного водопостачання та водовідведення. Назва статті 7 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2047-VIII від 18.05.2017. URL: https://protocol.ua/ua/pro_pitnu_vodu_pitne_vodopostachannya_ta_vodovidvedennya_stattya_7 (дата звернення: 22.10.2021).
2. Звіт зі сталого розвитку система компаній Кока-Кола в Україні, 2019. С. 90–91.
3. Бурик З. М. Формування концепції сталого розвитку регіону / З. М. Бурик. // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. – 2014. – № 1. – веб-сайт. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2014_1/22.pdf

ПОРІВНЯННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ІНШИХ КРАЇНАХ

Григор'єва П. Д.,

учениця Комунального закладу освіти

«Фінансово-економічний ліцей наукового спрямування
при Університеті митної справи та фінансів»

Дніпровської міської ради

(науковий керівник – **Корягіна Т. В.**, к.н.д.у., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Соціальна відповідальність бізнесу – це унікальне соціально-економічне явище покликане розв'язати проблему сталого розвитку національної економіки. У процесі еволюції соціальна відповідальність бізнесу набувала нових форм, удосконалювалася та зазнавала істотних змін.

У 2006 р. було створено Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності. Соціальну відповідальність було визначено як концепцію залучення екологічних і соціальних напрямків у діяльність бізнесу на засадах взаємодії між усіма зацікавленими сторонами та добровільності.

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

Соціальна відповідальність поділяється на внутрішню та зовнішню. Внутрішня соціальна відповідальність пов'язана з створення нових робочих місць, своєчасною оплатою праці, податків, діяльністю, спрямованою на будівництво житла тощо. Під зовнішньою соціальною відповідальністю мають на увазі охорону навколишнього середовища, спонсорську та корпоративну благодійність, відповідальність перед споживачами тощо.

В Україні можна виділити чотири форми соціальної відповідальності, і кожна має свої особливості.

Перша форма носить класичний характер, що пов'язано з політикою підприємства щодо реалізації повноцінного соціального партнерства. Підприємства з такою формою соціальної відповідальності часто співпрацюють не тільки з українськими фірмами, а й з закордонними.

Друга форма соціальної відповідальності бізнесу може бути пов'язана з отриманням певних привілеїв. Ці привілеї отримуються насамперед від держави. Закріплення за компанією сукупності елементів соціальної відповідальності передбачає витрати ресурсів на здійснення цих функцій і відтворення відповідних соціальних статусів, що веде до отримання певних вигод, у тому числі корисних ефектів.

Третя форма має більше примусовий характер. У цьому випадку соціальна відповідальність набуває форми обов'язкової благодійності. Тут соціальна відповідальність бізнесу існує частина неформальної домовленості з керівництвом території, на якій бізнес працює.

Четверта форма соціальної відповідальності існує тоді, коли підприємства змушені брати на себе неспецифічні соціальні функції. Такий тип соціальної відповідальності бізнесу зустрічається у «містоутворюючих» підприємствах.

У світі ж існує п'ять моделей соціальної відповідальності.

Європейська модель: регулювання соціальної відповідальності законодавчими актами. Поширена в північних країнах ЄС.

Британська модель: активна участь держави в розвитку соціальної відповідальності бізнесу, фінансування проектів соціальної відповідальності. Поширена у Великій Британії, країнах Центральної Європи.

Американська модель: мінімальний вплив держави на розвиток бізнесу та приватний сектор, активна участь бізнес-структур у фінансуванні некомерційних проектів соціальної відповідальності бізнесу, підтримка зі сторони держави шляхом законодавчого впровадження податкових пільг. Поширена в США, в країнах латинської Америки, в деяких країнах Африки.

Азійська модель: бізнес виконує майже всі соціальні зобов'язання держави по відношенню до працівників своїх фірм, а держава активно регулює ці процеси. Фірми оплачують лікування та пенсійне забезпечення, оплачують навчання дітей співробітників фірми, надають житло, заохочують розвиток сімейних професійних династій. Розповсюджена в Південній Кореї, Японії.

Африканська модель: особлива увага приділяється проектам, що враховують інтереси місцевої громади (припинення експлуатації дитячої праці, доброчинність та допомога фірм у сфері охорони здоров'я, забезпечення місцевого населення чистою питною водою тощо).

Незважаючи на те, що в Україні склалися всі умови для успішного розвитку сфери соціальної відповідальності, вітчизняні компанії і досі не можуть похизуватися належним рівнем соціальної відповідальності. Причина такої ситуації – корупція.

Отже, для того щоб соціальна відповідальність бізнесу стала невід'ємною частиною будь-якої української компанії потрібно насамперед створити громадське суспільство.

Список використаних джерел

1. Біла С. О. Європейський досвід успішної практики соціальної відповідальності бізнесу: орієнтири для України. Вісн. 2017. С. 35-40. URL: <https://aprei.com.ua/wp-content/uploads/2017/07/EUROPEAN-STUDIES-IN-UKRAINE.pdf#page=35>

2. Головінов О. М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. Вісн. 2014. № 2 (36). С. 187–192. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/88596/27-Golovinov.pdf?sequence=1>

3. Гришова І. Ю., Щербата М. Ю., Гришов В. В. Соціальна відповідальність бізнесу як чинник соціально-економічного розвитку підприємств. Вісн. 2015. № 3 (3). С. 17–27. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/60464/56226>

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Івашина А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Озерян К. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Гапєєва О. М.,** д.е.н., доцент,

професор кафедри економіки та соціально-трудоових відносин

Університету митної справи та фінансів)

Показник гендерної рівності складається з економічних можливостей країни, освіти, здоров'я та політичних прав, а також із гендерного розриву в професіях майбутнього.

Правовий принцип гендерної рівності означає відсутність будь-якої нерівності чи обмежень прав свободи та громадянських свобод. Реалізація його передбачає існування справедливого суспільного устрою, в якому політичні та правові аспекти забезпечують максимальне дотримання прав особи.

Показник гендерної рівності належить до фундаментальних засад прав будь-якої особи. Норми галузей права мають відповідати загальним принципам права, в тому числі принципу гендерної рівності. Система гендерної рівності містить множину аспектів, а саме:

- рівність прав;
- рівність можливостей;
- забезпечення рівних умов з метою реалізації можливостей та прав;
- «гендерна симетрія» – стан, за якого принцип рівних прав та можливостей для чоловіків та жінок реалізується на практиці.

Спираючись на доповідь Світового банку, лише шість країн у світі повністю досягли гендерної рівності [1].

Експерти оцінили 187 країн за 35 показниками у сфері трудового, майнового і сімейного права. Максимальну оцінку 100 балів набрали лише шість країн до яких входить: Швеція, Бельгія, Латвія, Данія, Люксембург та Франція.

Середній показник гендерної рівності – 74,71 балів. З цього можна зробити висновок, що світова гендерна рівність забезпечена майже на чверть.

Латвійська Республіка є єдиною країною Європейського Союзу, в якій половину керівних посад на підприємствах обіймають жінки [2]. У Латвії жінки обіймають 53 відсотки керівних посад на підприємствах.

Найнижчий рівень спостерігається у країнах Середньої Азії та Південної Африки. Рейтинг замикають Ємен, Пакистан, Ірак та Сирія.

Щодо України, вона потроху відходить від гендерних стереотипів СРСР, і займає провідну роль у становленні рівності загалом у світі. Україна прагне стати повноправною частиною європейської спільноти, наблизившись до останньої за основними соціально-економічними показниками та стандартами життя. Для цього державі потрібна реалізація своїх зобов'язань щодо гендерної рівності. Дана проблема охоплює різні аспекти життя: політичні, соціальні, економічні та освітні. Тому розгляд та шляхи вирішення є неминучі й досить важливі для гарного добробуту суспільства. ПРООН України займається розробкою ефективного плану дій. А саме протягом 2021–2022 рр. бере участь у програмі «Знак гендерної рівності». Щоб отримати цей Знак, потрібно дотримуватися деяких принципів у семи галузях:

1) система управління – цей аспект відповідає за те, щоб гендерна рівність була запроваджена в будь-якій діяльності та в усі програми;

2) внутрішньоорганізаційна спроможність – при наборі нового персоналу, всі співробітники повинні мати розуміння та навички щодо сприяння гендерної рівності. А в разі відсутності, повинні пройти курси, тренінги та певне навчання щодо основних критеріїв, аспектів гендерної рівності;

3) сприятливе середовище – запровадження повної культурної рівності та гідної поваги до оточуючих, також проводяться зустрічі з лідерками та лідерами всередині країни. «Ми поставили за мету, щоб жінки становили не менше 40 відсотків персоналу на всіх рівнях, і ми цей показник перевершили: на сьогодні в ПРООН в Україні працює 49 відсотків жінок і 51 відсоток чоловіків», – зазначає офіс ПРООН;

4) комунікація та управління знаннями – поширення різних фотографій, історій, думок щодо гендерної рівності у світі;

5) програмна діяльність – збільшення обсягів проектів для розв'язання тих чи інших проблем, в тому числі і проведення гендерного аналізу;

6) партнери – задля одержання бажаних результатів, невід'ємною складовою є партнерські відносини;

7) вплив на гендерну рівність – потрібність вживати різні заходи аби досягти позитивних результатів в плані гендерної рівності [4].

Тому можемо сказати, що Україна рухається в правильному руслі, можливо малими кроками, але впевнено йде до цілі – становлення країни з відсутністю гендерних стереотипів та абсолютна рівність в усіх аспектах

життя. Спираючись на закордонний досвід наша країна може досягти великих результатів і надалі допомагати іншим країнам з проблемою гендерної рівності у суспільстві.

На сьогоднішній день показник гендерної рівності є фундаментальною цінністю на рівні зі справедливістю, свободою та толерантністю.

Список використаних джерел

1. Гендерної рівності повністю досягли всього 6 країн зі 187 – дослідження Світового банку. [Електронний ресурс]. URL: <https://hromadske.ua/posts/za-danimi-svitovogo-banku-gendernoyi-rivnosti-dosyagli-vsogo-shist-krayin-u-sviti>

2. Латвія – єдина держава в ЄС, де жінок на керівних посадах більше, ніж чоловіків. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.dw.com/uk/латвія-єдина-держава-в-єс-де-жінок-на-керівних-посадах-більше-ніж-чоловіків/a-37848163>

3. Світовий рейтинг гендерної рівності: Україна піднялася на 6 сходинок. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/292339-svitoviy-reyting-gendernoyi-rivnosti-ukrayina-pidnyalasya-na-6-shodinok>

4. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/blog/2021/gender-equality-a-top-priority-for-undp-in-ukraine.html>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ СУСПІЛЬСТВА

Івашина А. В.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Озерян К. С.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Туболець І. І.**, к.е.н., доц.,

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Наразі поняття «соціальне підприємництво» є новим для українського суспільства, хоча в європейських країнах воно досить розповсюджене та застосовуване. Розвиток соціального підприємництва виникло за потреби вирішення великого числа суспільних потреб.

Самі соціальні підприємці – це новатори, які використовують різні ресурси та різні інноваційні ідеї, для вирішення суспільних проблем. Діяльність цих осіб призводить до змін в таких сферах, як освіта, захист прав людини, вирішення проблем бідності та безробіття, охорона довкілля і т.д.

Як щодо визначення даного поняття, то більш точно належить Хелен Хох та Пол Трейсі: «Соціальне підприємство – засноване на самоокупній основі господарської діяльності із виробництва соціально значущого продукту».

кту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та механізми її економічної реалізації. Кінцева мета якої – не лише отримання прибутку, а й виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми» [1].

Розподілу за видами діяльності соціальних підприємств немає: одне підприємство може займатися кількома видами діяльності одночасно (рис. 1).

На рис. 1. бачимо, що соціальне підприємство займається працевлаштуванням соціально незахищених верств населення, генерування фінансів для соціальної діяльності, для реінвестування у власну діяльність. Крім того, у своїй діяльності вони приділяють велику увагу залученню молоді, вирішенню гендерних питань тощо.



Рис. 1. Основні види діяльності соціальних підприємств [2]

Соціальні підприємці забезпечують суспільство новими моделями соціальної діяльності для формування інноваційної соціально-орієнтованої економіки, що в подальшому дозволить вирішити або пом'якшити суспільні потреби, підвищити соціальну стабільність суспільства та рівень життя населення.

В Україні соціальне підприємництво широко підтримується різними міжнародними організаціями та фондами. Починаючи з 2011 року в рамках проекту «Розвиток соціального підприємництва», що реалізувався Фондом «Східна Європа», Британською радою, Міжнародним фондом «Відродження», «Price WaterhouseCoopers в Україні», Ерсте Банком та Українським фондом підтримки підприємництва в країні було відкрито три центри (у Львові, Донецьку та Криму), де надавалася інформаційно-методична підтримка для тих, хто проявив інтерес до теми соціального підприємництва [3]. На даному етапі схожі організації існують у м. Житомирі, Ужгороді та у Львові.

Отже, соціальне підприємництво – перспективна і корисна для суспільства галузь, яка вже робить вагомий внесок в економіку України. Проте на даний момент вона ще не настільки розвинута, тож надзвичайно важливою буде допомога з боку держави стосовно створення сприятливої державної політики, надання програм підтримки розвитку таких підприємств. Також позитивними факторами буде і співпраця соціальних підприємств з представниками місцевої влади та державні замовлення їхніх товарів та послуг, підтримка з боку влади у наданні пільгових умов для оренди приміщення чи вирішення інших питань. Допомогти розвитку соціального підприємництва може і вкладення матеріальних коштів з боку благодійників, і купівля їхньої продукції чи користування їхніми послугами населенням. Все це призведе до подальшого розвитку економіки України.

Список використаних джерел:

1. Ігнатович Н. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. 2014. С. 25.
2. Каменко І.С. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. 2020. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf
3. Білик О. І., Корецька Т. М. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні: Ефективна економіка. Дніпро, 2019. С. 7.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Горб К. Ю.,

студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Терещенко Т. Є.**, к.е.н., доц.,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університету митної справи та фінансів)

Екологічні проблеми в Україні визначають необхідність саме екологічного напрямку розвитку економіки, зокрема екологізації. Це питання на сьогодні є дуже актуальним, оскільки екологічний занепад властивий всім регіонам нашої країни, що викликано в першу чергу значним техногенним навантаженням на природне середовище, інтенсифікацією використання природних ресурсів, а також зростанням частки галузей, які нераціонально експлуатують природні ресурси.

Варто зазначити, що територія нашої країни лише на 15 % вважається «умовно екологічно чистою», на 15 % – помірно забрудненою і на 70 % – забрудненою [1].

Розвиток економіки з огляду на сучасні запити у подальшому не буде можливий, якщо нехтувати вагомістю екологічних чинників. Для всіх сфер господарювання потрібні принципово нові екологічно орієнтовані проекти, що втілюють концепцію екологізації економіки [3]. Екологізація економіки – це поступове перетворення економіки, скероване на зменшення руйнівного впливу усіх сфер господарства на екологію в розрахунку на одиницю ССП [1].

Питанням екологічної політики в Україні, її ролі та результатам втілення приділяли увагу у своїх роботах багато вітчизняних дослідників, зокрема В. Базилевич, Є. Мішенін, Н. Ковальова та ін. Але зазначена проблематика є невичерпною, оскільки торкається питань, які з часом стають все більш актуальними.

В Україні зараз чинний закон від 28 лютого 2019 р. № 2697-VIII «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року», але втілення екологічної політики в державі йде дуже повільно. Техногенне навантаження на навколишнє середовище є настільки значним, що екологічна ситуація і далі залишається дуже складною.

У межах реалізації екологічної політики затверджено державні цільові програми, серед них – введення Податковим кодексом України нових ставок екологічного податку. Але такі механізми не дають очікуваних результатів через відсутність системного підходу для реалізації державних програм, недосконалість нормативно-правової бази, обмеженість фінансів і недостатню прозорість та контроль їх використання, низький рівень екологічної культури суспільства.

Для ефективного розвитку еколого-інноваційної діяльності необхідно поліпшувати механізм залучення вітчизняних та закордонних інвестицій для екологізації інноваційної діяльності [2].

Провідними напрямками для здійснення екологізації економіки в Україні повинні стати:

1) створення та вдосконалення нормативно-правової бази у сфері охорони навколишнього середовища, що зорієнтує законодавчі і нормативні документи на екологічні проблеми та їхнє попередження;

2) екологізація податкової системи – затвердження таких податків і податкових ставок, які зроблять вигідним перенаправлення виробничої діяльності на екологічно безпечну;

3) запровадження екологічно чистого виробництва, екологізація процесів у промисловості;

4) формування екологічної компетентності суспільства, доступність екологічної інформації для населення, її розповсюдження [2].

Екологічні проблеми можливо вирішити завдяки розвитку національної економіки в рамках інноваційної моделі, яка передбачає екологічно безпечне вдосконалення виробництва, впровадження технологій ресурсозбереження. Такий підхід потребує комплексності екологізації економіки, а отже, зміни цілей як усєї економіки, так і її окремих складових.

Основними визначальними тенденціями екологізації економіки у подальшому стануть: значне підвищення ефективного використання ресурсів, зниження рівня відходів; поширення інноваційних зелених start-up технологій та біотехнологій; впровадження модульного високопродуктивного сільського господарства з заданими наперед властивостями продукції та її обсягами.

Для поступового покращення і стабілізації екологічної ситуації необхідні великі капіталовкладення, що повинні бути спрямовані на ліквідацію екологічних збитків. Ці асигнації необхідно направити на розвиток нових технологій у сферах енергоефективності, енергозбереження, утилізації і вторинного використання ресурсів, особливо в енергетичній галузі.

Таким чином, результатом екологізації буде впровадження екологічних складових у всі сфери економіки, що сформує «зелену економіку» України. Маловідходні та ресурсозберігаючі технології наблизять втілення перспективи вирішення проблеми ефективного використання природних ресурсів та реалізують функцію охорони навколишнього середовища.

Екологізація економіки сприятиме вирішенню внутрішніх проблем суспільства, а саме: сформує позитивний імідж країни та її регіонів, зробіть економічну діяльність суспільства менш екоруйнівною, збалансує розвиток національного господарського комплексу. Головне завдання цього процесу – становлення економічної діяльності як екологічно безпечної, а отже, конкурентоздатної та орієнтованої на сучасні глобалізаційні вимоги.

Список використаних джерел

1. Мартусенко І.В. Напрями екологізації економіки в Україні. Електронне наукове фахове видання. 2016. С. 160–165.
2. Омельченко А., Обиход Г., Нечитайло Т. Екологізація економічного розвитку як фактор модернізації виробництва // Економіст. № 6. 2016. С. 24–27.
3. Сагайдак Ю., Скопенко Н. Екологізація економіки України. Вісник ТНЕУ. № 5–2. 2011. С. 250–260.

ФІНАНСОВА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Михайлюк Ю. О.,

аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапєєва О. М., д.е.н., професор
кафедри економіки та соціально-трудових відносин
Університету митної справи та фінансів)

В умовах поглиблення фінансової кризи підприємства приватного сектору намагаються впроваджувати в роботу ефективну антикризову політику. Постійне підвищення рівня ризиковості господарської діяльності створює можливість стати фактором значного зниження рівня фінансової стійкості та платоспроможності підприємства, що в майбутньому може призвести до банкрутства підприємства, та потребує, в свою чергу, від кожного суб'єкта господарської діяльності створення і втілення в життя досконалої системи фінансово – економічної безпеки. Фінансово – економічна безпека підприємства це складна система, що містить в собі певний набір характерних опцій, що дозволяють забезпечити раціональність та ефективність використання економічних ресурсів: фінансових, матеріальних, тру-

дових та інформаційних. Фінансово-економічна безпека підприємства створюється для досягнення найвищої стабільності та ефективності його функціонування, а також для створення передумов для подальшого розвитку, шляхом проведення своєчасного аналізу, направленою на виявлення, запобігання та недопущення в подальшому зовнішніх і внутрішніх небезпек та загроз будь – якого характеру, які можуть призвести до втрати стабільної роботи підприємства [1].

Фінансово-економічна безпека зумовлена на створенні відповідних умов, необхідних для виявлення і успішного подолання явищ кризового характеру у діяльності суб'єкта господарювання для того, щоб реалізація цілей і завдань, визначених статутом підприємства, досягалась на запланованому рівні.

Головною умовою цього є належний рівень фінансового стану, критерієм якого виступає фінансова безпека підприємства. Фінансова безпека поєднує в собі боргову, бюджетну, валютну, грошово-кредитну складові. Фінансова безпека є найбільш комплексною складовою економічної безпеки, що характеризує такий стан, за якого створюється і забезпечуються необхідні фінансові умови для стабільного соціально-економічного розвитку, забезпечується стійкість національної економіки щодо фінансових дисбалансів та фінансових криз. [2].

Глобальна економічна криза, яка охопила більшість країн світу, у тому числі й Україну, вкрай негативно впливає як на світову економіку в цілому, так і на економічний розвиток окремих країн. Зрозуміло, що вона має об'єктивні, глибинні передумови для свого розвитку.

Розвиток економічної системи підприємства являє собою складний багатогранний процес. У процесі розвитку будь-яка система переходить зі сталого стану до несталого і назад. В теорії систем сталість є одним з основних понять, яке визначається при розгляді поведінки системи і передбачає спроможність системи утримувати її функціонування в заданих межах фінансово-економічної безпеки [3].

Забезпечення фінансової безпеки є найактуальнішим завданням суспільства, держави, підприємств і організацій всіх форм власності, підприємців, кожного громадянина. В зв'язку з цим реалізація на практиці рекомендацій щодо підтримання фінансової безпеки на належному рівні сприятимуть завершенню ринкових перетворень у фінансово-кредитній сфері країни, зростанню рівня забезпеченості фінансової безпеки підприємств, підвищенню захищеності людини.

Забезпечення належного рівня фінансово-економічної безпеки на підприємстві сприятиме досягненню стратегічних та тактичних цілей та завдань діяльності підприємства, доступу до фінансово-економічних ресурсів та ринків які дозволяють створити умови своєчасного виявлення та подолання загроз та небезпек функціонуванню підприємства зовнішнього та внутрішнього походження [4].

Що стосується фінансової безпеки підприємства, то тут також є не вирішені проблеми, а саме: не визначено вплив ризиків і загроз на стан фінансової безпеки, не чітко розглянуто її інституціональні і функціональні

аспекти, не комплексними пропонуються засади механізму управління фінансовою безпекою підприємства, недостатньо розглянуті питання його інформаційно-аналітичного забезпечення, бажають бути більш чіткими методичний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства [3].

Фінансова безпека як складова економічної безпеки підприємства є найважливішою, оскільки від неї залежить вся діяльність підприємства. Належний її рівень значно впливає на внутрішні та зовнішні загрози, досить часто може їх повністю ліквідувати. Саме тому, успішний керівник, або уповноважена на це особа повинні періодично оцінювати фінансову забезпеченість підприємства і відповідно вчасно приймати відповідні рішення, оскільки будь-які навіть незначні зменшення фінансової забезпеченості зразу ж відіб'ються на діяльності підприємства в цілому, що в майбутньому може привести не лише до зниження прибутку, а й до його ліквідації [4].

Список використаних джерел

1. Фінансово-економічна безпека. навч. посіб. / кол. авт. [К. Р. Резворович (кер.), О. С. Юнін, О. О. Круглова та ін.]. – Дніпро: Біла К. О., 2019 – 195 с.
2. Гапєєва О. М., Грибіненко О. М. Економічна безпека країни світу в контексті сталого розвитку (наукове видання) – Дніпро: Середняк Т. К., 2020. – 434 с.
3. Економічна безпека: навч. посіб. / за ред. З.С. Варналія. К.: Знання, 2009. – 647 с.
4. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т. Г. Васильціва]. Львів, 2012. 386 с. URL: http://lv.niss.gov.ua/content/articles/files/mono_2012-d47ce.pdf

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Тарасенко А. О.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Александрюк Т. Ю.,**

старший викладач кафедри соціального забезпечення
та податкової політики

Університету митної справи та фінансів)

Однією з найбільших ефективних сфер державного регулювання економіки України є оподаткування. В умовах сучасного розвитку економіки країни податки є основним важелем макроекономічного регулювання, що впливають не тільки на інтереси держави, але й платників. Податкова система України не повною мірою відповідає вимогам ринкової економіки та суспільним взаємовідносинам і потребує ґрунтовної заміни окремих елементів податкових механізмів, а застосування практичного досвіду побу-

дови податкових систем передових держав світу дозволить сформувати уявлення про основи вдосконалення власної податкової системи, поліпшення якої необхідне в Україні.

Основними недоліками податкової системи в Україні залишаються: незбалансованість і несправедливість розподілу податкового навантаження; проблема подвійного оподаткування; складність і суперечливість податкового законодавства. Окрім того вчені-економісти визначають й такі впливові чинники як падіння податкової дисципліни, проведення неправомірних операцій та позабюджетних розрахунків, недосконалість інституційно-правової бази стягнення та відшкодування ПДВ, високий рівень оподаткування легальних доходів фізичних осіб, відсутність дієвої процедури банкрутства підприємств-боржників тощо [1, с. 113; 2, с. 103–104].

У різних країнах світу податкові системи відрізняються за: структурою; набором податків; зборів та обов'язкових платежів; методами їх справляння; податковими ставками; фіскальними повноваженнями органів різних рівнів влади; податковою законодавчою базою; податковими пільгами. Це закономірно, оскільки вибір державою тієї чи іншої моделі організації податкових органів залежить від політичних особливостей, обраної структури органів виконавчої влади, а також історично сформованого підходу до організації податкового адміністрування. [3, с. 157–158].

Проаналізувавши механізм функціонування податкових системи зарубіжних країн, зокрема Німеччини, Великої Британії, Італії, США, Японії та інших, можна зауважити на тому, що у системі оподаткування кожної окремої країни є свої особливості, які можна і потрібно враховувати при проведенні реформування податкової системи України.

На нашу думку, для наслідування в сучасній Україні найбільш вартим уваги є досвід осмислення і творчого застосування якісної податкової політики, що проводиться в Японії, а також практика вирішення проблем у частині взаємоповаги держави і громадянина. Японія займає серед розвинутих країн перше місце за рівнем оподаткування доходів і останнє – за рівнем оподаткування споживання. Також варто звернути увагу на те, що попри унікальну множинність і розмаїтість податкової системи Німеччини, для неї властивий високий ступінь збирання податків. Такий результат пояснюється декількома факторами: дисципліною і відповідальністю платників податків; національною схильністю до установленого порядку; високим рівнем професіоналізму персоналу податкової служби; докладним, якісно розробленим податковим законодавством, яке, зазвичай, виключає суперечливу інтерпретацію окремих положень, а тому зводить до мінімуму конфлікти між платниками і податковими органами з приводу змісту норм закону [4, 5].

Отже, на сьогодні головним завданням функціонування податкової політики в Україні повинна стати переорієнтація із суто фіскальних цілей на стимулювання економічного зростання. Для розв'язання зазначених

проблем доцільно вжити заходи, які могли б удосконалити систему оподаткування: зменшити податкове навантаження; зробити податкове законодавство простішим, послідовним та прозорим; відрегулювати процесуальні питання відповідальності за невиконання податкових зобов'язань, а також за порушення норм податкового законодавства; податкова система повинна мати інвестиційну й соціальну спрямованість; також зміни в системі оподаткування мають здійснюватися одночасно з реформуванням системи оплати праці, пенсійного забезпечення, вдосконаленням соціальної сфери.

Список використаних джерел

1. Глухова В. І. Аналіз податкових надходжень до державного бюджету України в сучасних умовах. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 5 (27). С. 111–114.

2. Дулік Т. О., Александрюк Т. Ю. Бюджетно-податковий процес як засіб реалізації фіскального забезпечення соціальної політики. Сталий розвиток – ХХІ століття. Дискусії 2020 : колективна монографія / Національний університет «Києво-Могилянська академія» / за ред. проф. Хлобистова Є. В. Київ, 2020. 469 с.

3. Люшик О. М., Піщанська М. О. Аналіз побудови податкових систем у зарубіжних країнах та в Україні. Науковий вісник 1 Львівського державного університету внутрішніх справ. 2018. С. 157–165.

4. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України. [Електроний ресурс]. – URL: <http://sfs.gov.ua>

5. Ломака Є. А. Дослідження існуючих систем оподаткування в країнах з розвинутою економікою. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм» Вип. 9. 2019. С. 115–120.

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТИ І НАУКИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Остапенко В. М.,

к.е.н., доцент, докторант кафедри митної справи
Харківського національного економічного
університету імені Семена Кузнеця

Державна політика регулювання освіти і науки є основою забезпечення розвитку людського капіталу та дає можливість отримання економічної вигоди для держави у вигляді сталого зростання й конкурентної економіки, що в свою чергу призводить до суспільного та індивідуального добробуту та підвищення якості життя.

Наразі освіта в Україні не відповідає ані сучасним потребам з боку особистості та суспільства, ані вимогам економіки та світових тенденцій.

Тому необхідна системна трансформація у сфері освіти, науки та інновацій з метою забезпечення відповідної якості освіти. У сфері науки та технологій реформа дозволить зупинити застійні явища у сфері досліджень, сформувавши запит на підготовку дослідників та якісні розробки в галузі фундаментальних і прикладних наук, зменшити невідповідності між дослідженнями та реалізацією їх результатів, інтегрувати вищу освіту й науку України в освітній та дослідницький простір Європейського Союзу.

Для покращання стану справ у науково-технологічній сфері в Україні слід вирішити низьку питань, основні з яких:

- удосконалення підходів до управління науково-технологічною сферою та механізму фінансування й вкладення бюджетних коштів в її розвиток;
- підвищення продуктивності виробництва в результаті поліпшення умов для інноваційно-спрямованих підприємств;
- удосконалення нормативно-правової бази у сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності;
- інтеграція науки, освіти та виробництва, де кінцевим результатом планується інноваційна продукція;
- розвиток ринку інтелектуальної власності.

Відповідно до завдання 11 із 17 сфер Цілей сталого розвитку є необхідність використання «інноваційних технологій», «інноваційних підходів» [1]. Наразі виникає необхідність щодо формування переліку пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки та інноваційної діяльності, а також механізму їх реалізації, які повинні відповідати європейським та світовим тенденціям, що обумовлено низкою факторів:

- потребує оновлення пріоритетів науки і техніки та інноваційної діяльності, оскільки закінчився термін дії попереднього переліку;
- наявні пріоритети не відображають реального економічного та наукового стану країни;
- пріоритети повинні бути об'єднані та мають забезпечити нерозривний ланцюг від ідеї до його реалізації в економіці.
- підхід до відбору пріоритетів є визначення напрямів інноваційної діяльності держави.

З метою розвитку науки та інновацій реалізуються завдання, спрямовані на досягнення трансформації української освіти на інноваційне середовище, а науковці мають можливості та ресурси для проведення досліджень, що безпосередньо впливатимуть на соціально-економічний та інноваційний розвиток держави. Галузь освіти та науки мають перетворитися на важіль соціальної рівності та згуртованості, економічного розвитку і конкурентоспроможності України. Вища освіта повинна створювати умови для отримання сучасних знань для вирішення комплексних завдань, створення якісних та інноваційні інтелектуальні продукти та поділяють цінності вільного демократичного суспільства.

Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ЛІДЕРСТВА У СВІТІ VUCA

Гречуха Ю. С.,

студентка Київського національного
торговельно-економічного університету

Миколайчук І. П., к.е.н., доцент

доцент кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету)

На відміну від традиційного поняття «лідер» як особи, яка здійснює вплив на інших, сучасний лідер чітко бачить місце своєї групи у середовищі діяльності, здатен приймати всі його виклики, навіть найжорсткіші та реагувати на них інноваційно та креативно. Явище лідерства пов'язане із вмінням лідера будувати ефективні стратегії, бути готовим до прийняття відповідальних рішень та впровадження сміливих глобальних дій [1]. Завданнями лідера є розробка мотивація послідовників до змін та їх передбачення, управління ризиками та розв'язання проблем, впровадження ефективних стратегічних рішень тощо. Розглядаючи їх в середовищі VUCA (volatility – нестабільність, uncertainty – невизначеність, complexity – складність, ambiguity – неоднозначність), виконання завдань лідера значно ускладнюється [2].

Сучасний світ змінюється, люди змушені адаптуватися до змін та нових бізнес-правил, до значного спектру різних нових явищ. Так, нестабільність вимагає насамперед швидкої адаптації до змін; невизначеність середовища означає неможливість побудувати раціональну стратегію та передбачити хід розвитку подій; складність впливає на швидкість вирішення певних задач; неоднозначність світу спричиняє неправильне трактування ситуацій.

Для успішного розвитку та функціонування у VUCA-світі кожній організації необхідно переосмислити спосіб розвитку своїх лідерів. Швидкість темпу змін сучасності вимагає впровадження нових методів та практик для більш ефективного реагування на непередбачувані обставини [3]. Саме лідери змін, в яких трансформуються звичайні лідери та цілі організації, здатні розробити більш гнучкі підходи до управління та підготуватися до викликів зовнішнього середовища. Водночас характер і швидкість змін щороку лише прогресують.

Для результативного управління організацією успішному лідеру у світі постійних змін та неоднозначності завжди слід пам'ятати та керуватися такими основними принципами ефективного лідерства: управління «серцем» (принципи чесності, правдивості, співпереживання, відвертості та прояв емпатії допоможуть вибудувати відносини довіри з підлеглими); зважання на потреби (для досягнення бажаних результатів співробітники повинні бути вмотивованими та заінтересованими); надання зворотного зв'язку (будь-які коментарі безперечно, покращать підсумковий результат).

Інноваційний підхід до розвитку лідерства, що передбачає більшу відкритість та гнучкість у взаємодії лідера та послідовників сприятиме поліпшенню всіх ключових показників діяльності організації. Цікавою у контексті сучасного лідерства у стилі коучингу стає інтерпретація акронімів VUCA у напрямі їх адаптації – vision (бачення), understanding (розуміння, співпраця), clarity (розуміння) та agility (спритність або гнучкість). Відповідно бажані для організації лідерські навички можуть бути розвинені за допомогою різних офлайн та онлайн програм.

В цілому погоджуємося із науковцями з існуванням трьох ключових аспектів лідерства у світі VUCA (рис. 1).



Рис. 1. Три ключові аспекти лідерства у світі VUCA

Джерело: сформовано авторами за [4].

1. Спільне бачення Лідерство у світі VUCA вимагає, щоб кожен член команди підтримував єдине бачення участю у його побудові, щоб успішно протистояти нестабільності ринкових змін.

2. Співпраця. Надихання співробітників задля досягнення цілей, сприяння підтриманню внутрішніх взаємозв'язків всередині організації, спільна генерація ідей – найкращий приклад побудови якісної співпраці команди лідером.

3. Формування AGILE-культури. Організаційна культура повинна підтримувати та спонукати співробітників до підкорення нових вершин, заохочувати шукати нові шляхи удосконалення. Правильно побудована культура сприятиме бажаній поведінці та взаємодії серед працівників, що, безумовно, сприятиме залученню та утриманню талановитих кадрів [4]. **Так, нову програму з розвитку компетенцій управління людьми у VUCA-світі компанія DEVELOR Knowledge Development Centre назвала Agile Leadership.**

Отже, лідер у контексті VUCA визначає можливості та створює стратегічні плани, безперечно, мотивує та спрямовує людей, розв'язує проблеми та приймає неочікувані, продумані, ефективні рішення. Він здатен робити це завдяки дотриманню ключових акцентів: спільне бачення, співпраця та формування AGILE-культури.

Список використаних джерел

1. Що таке лідерство? URL: <https://travelscode.com/shho-take-liderstvo>
2. Vuca world. leadership skills & strategies. URL: <https://www.vuca-world.org>
3. Стеценко С. VUCA-світ. Нові виклики. URL: file:///C:/TEMP/Presentation_Stetsenko.pdf
4. Лідерство у світі VUCA. URL: [https://www.develor.com.ua/лідерство-у-світі-vuca-навіщо-вам-це-потрі/#](https://www.develor.com.ua/лідерство-у-світі-vuca-навіщо-вам-це-потрі/)

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ

Бондарєва А. А.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Кудря А. Ю.,

асистент кафедри маркетингу Університету митної справи та фінансів

Пандемія відноситься до тих факторів, що здатні доволі швидко вплинути на споживача з такою силою, яка має змогу змінити його поведінку: звички, пріоритети та цілі.

Останні події сьогодення засвідчують, що соціальна реклама стала важливим і актуальним інструментом маркетингу. Становлення соціальної реклами як дієвого механізму – це своєчасна відповідь маркетингу на зміни у суспільстві відповідно до світових тенденцій.

Соціальна реклама – це вид комунікації, ціль якого – привернути увагу до життєво важливим проблем соціуму та його моральних цінностей [1].

Пропонуємо звернути увагу ще й на наступне визначення:

Соціальна реклама – це законодавчо визначена форма надання послуг соціальної профілактики, що використовується в сучасній практиці соціальної роботи. Водночас соціальна реклама – не пропаганда. Це розмова між людиною, проблемою та суспільством, допомога людині при вирішенні тяжких ситуацій і альтернативний погляд на ситуацію та особисті ресурси [2].

Така реклама може мати реальний вплив на суспільство та його цінності, працювати на передбачення критичних ситуацій та допомагати усім членам суспільства.

Варто зазначити, що, з боку підприємництва, соціальна реклама найчастіше використовується не як конкретний інструмент досягнення прямої економічної вигоди, а як механізм створення позитивного іміджу, репутації та закріплення довіри між споживачем і компанією.

Таким чином, відповідно до дещо зміненою поведінки споживачів, соціальний аспект ведення підприємницької діяльності став важливим фактором при прийнятті купівельних рішень.

Дослідження Dazed Media на теми поведінки споживачів та тенденцій розвитку реклами показали наступні цифри.

Більше 60 % споживачів зазначили, що питання рівності, екології, права жінок та LGBT+ спільноти хвилюють їх та, відповідно, позиція бренду відносно цих питань впливає на їхнє рішення щодо покупки [3].

До того ж 70 % споживачів впевнені, що бренду необхідно мати та ділитися своєю позицією. 67 % зазначають, що дотримуватись особистої етики – важливо [3].

Більш того, нове покоління характеризується не лише наявністю стійких особистих позицій щодо соціальних та політичних проблем – воно охоче ділиться власною точкою зору зі світом, про що свідчить наступна цитата з дослідження: «Більше 60 % представників покоління Z зазначають, що вони найбільше стурбовані проблемами оточуючого середовища, дискримінації різних форматів та питаннями політики», «52 % представників покоління Z регулярно поширюють власну точку зору на рахунок проблемного питання у соціальних мережах» [3].

Надважливим свідченням є те, що 85 % споживачів стверджують, що вони готові припинити купувати товари бренду в разі, якщо його дії будуть неетичними. 59 % – готові припинити, якщо бренд виражає нетолерантність у питаннях інклюзивності тощо [3].

Дані показники засвідчують, що світ, культура і люди змінюються і, відповідно, маркетингові комунікації повинні підлаштовуватись під сучасні тенденції. Соціальна реклама – той вид маркетингової комунікації, що задовольняє оновлені потреби споживачів, які виражені у результатах даного дослідження.

Соціальна реклама та позиціонування бренду як соціально активного елементу суспільства є надважливим нововведенням для підприємництва, адже в умовах ринкової економіки бренд, конкуруючи, має приділяти увагу не лише ідентичності характеристик товару, а й власному позиціонуванню.

Список використаних джерел

1. Дубик Л. В. Соціальна реклама: ефекти контенту та вплив на аудиторію. Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи. 2021.
2. L. Klos, O. Dzavadian. Соціальна реклама як приклад сучасної практики соціальної роботи в Україні. Social work and education 8.2. 2021.
3. The era of monomass. Report by Dazed Media.

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ

Бондаренко Д. М.

аспірант НТУ «Дніпровська політехніка»

(науковий керівник – **Липовська Н. А.**, д. держ. упр., проф.,

професор кафедри державного управління і місцевого самоврядування НТУ «Дніпровська політехніка»)

Каталізатором і опорою економічного зростання і соціального розвитку країни є регіони. На сучасному етапі в економічному житті регіонів України і їх економічному розвитку мають місце певні позитивні досягнення. У валовому регіональному продукті суттєво збільшилася частка послуг, надаваних населенню, спостерігається розвиток сервісної економіки,

достатньо швидкими темпами здійснюються інформатизація і цифровізація суспільства, зростає роль територіальних громад у підвищенні продуктивності процесів життєдіяльності. Одночасно значущість розвитку матеріальних галузей виробництва як базових джерел економічного зростання всіх сфер життєдіяльності суспільства враховується край недостатньо.

Увага до поглиблення змісту і складових економічного розвитку ґрунтується на усвідомленні прямої безпосередньої залежності показників розвитку соціальної і природо-екологічної систем і економічного благополуччя суспільства від показників зростання економіки. В регіонах такий розвиток забезпечується суб'єктами господарювання галузей економіки, розташованих на їх територіях.

Аналізуючи сучасні наукові публікації з дослідження нових завдань публічного управління регіонами в частині сприяння соціально-економічному розвитку і зміцнення місцевого самоврядування, слід зазначити, що в їх більшості не розглядаються питання передуючого економічного зростання регіонів, і, відповідно, питання управління їх економічним розвитком напряду не виділяються. Вони розглядаються в контексті соціально-економічного розвитку і економічної безпеки з огляду на національні інтереси. Не робиться наголос і на тому, що результати функціонування саме економічних систем регіонів є передуючою умовою формування і збільшення економічного базису соціальної та інших підсистем соціально-економічного розвитку територій. Існує небагато праць, в яких розкривається характер публічного управління економікою регіонів від якого залежить економічне забезпечення всіх інших видів розвитку.

Економічні системи регіонів виключно складні в управлінні структурні об'єкти, які знаходяться у взаємозв'язку з процесами інших підсистем регіонів: геолого-географічної, топографічної, екологічної, матеріально-технічної, інституційної, трудової, транспортної тощо. Їх розвиток здійснюється з використанням інтеграційних інструментів і механізмів їх паралельного плину.

Кожен регіон як об'єкт публічного управління являє собою частину території країни, певну адміністративно-територіальну цілісність наявних ресурсів усіх підсистем з переліком галузей, виробничих комплексів, господарюючих суб'єктів, виробничою і соціальною структурою. Вони відрізняються специфікою демографічних процесів і процесів життєдіяльності, певною спеціалізацією, наявною інфраструктурою, внутрішніми виробничими, міжрегіональними, економічними, торговими, і соціально-культурними зв'язками. На території регіону розташовані і функціонують різні організаційні форми, типи і напрями діяльності, що формує їх надзвичайно складні структури з огляду на можливості управління ними. На сучасному етапі роль регіонів як суб'єктів власного і загальнонаціонального сталого розвитку суттєво підвищилась. Навіть поверховий, спрощений перелік і перегляд регіонального господарства засвідчує, що регіони являють собою

надзвичайно складні мегасистеми в господарському і управлінському сенсах. У регіонах суспільна організація виробництва продукції і послуг здійснюється в різних галузях виробничої і невиробничої сфери, різних організаційних формах із використанням різних видів власності господарюючих суб'єктів. Процеси виробництва супроводжуються сполученням дій багатьох суб'єктів, їх численних зв'язків, процесів їх взаємодії і співпраці. Забезпечення стабільної динаміки економічного розвитку стає можливим тільки шляхом об'єднання економічних інтересів держави, регіонів, галузей і суб'єктів усіх форм, залучення їх власності до участі й підтримання процесів економічного розвитку на рівні регіонів. Створення умов економічної самостійності регіонів потребує суттєвого підвищення уваги органів влади до розвитку економічних систем регіонів за рахунок подальшого розвитку галузевих виробничих і невиробничих ланок, удосконалення форм організації їх діяльності шляхом раціональної інтеграції, інноватизації і належного управлінського супроводу з використанням квазіметодів.

Властивості економічних систем дозволяють їх презентувати як складні квазісистеми публічного управління. Префікс «квазі» (від лат. *quasi* – немов, майже) вітчизняні та зарубіжні економісти вживають для позначення складності явища або його значущості (антонім «квазі» – істинний). В економічній і управлінській літературі його використовують для розуміння природи інтеграційних процесів, взаємодії підприємств і господарюючих суб'єктів при їх об'єднанні (інтеграції) за умови розвинутої контролю з боку органів управління спільною діяльністю, але за відсутності у них прав контролю за власністю учасників [1]. Для економічних систем регіонів характерне перетинання економічних інтересів, взаємодія, інтегрованість і різнобічність процесів розвитку. Вони зорієнтовані на задоволення і підтримку існуючих і появу нових економічних інтересів і довгострокових відносин за відсутності юридично оформленого трансферу прав власності. Ці властивості дозволяють розглядати їх як складні квазісистеми економіки і використовувати для управління відповідними організаційно-економічними механізмами з урахуванням умов інтегрованості квазіпроцесів і квазіструктур, їх побудови і існування. Безпосереднє управління квазісистемою економіки регіону є новою формою публічного управління на регіональному рівні, в якій реалізуються економічні і пов'язані з ними суміжні й перехресні процеси із забезпеченням взаємоузгоджених внутрішніх інтересів регіонів з інтересами господарюючих суб'єктів, жителів і держави.

Список використаних джерел

1. Солнцев С. О., Жигалкевич Ж. М. Квазіінтеграція взаємодіючих підприємств: теоретичний аспект. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 12. С. 336–340.

УПРАВЛІНСЬКА ПРАЦЯ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ БАЗИС СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Бондаренко Л. І.,

аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – **Івашова Л. М.**, д.держ.упр., проф.,
професор кафедри публічного управління
та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

Соціально-економічний базис суспільства створює праця. Вона є невід'ємним і найважливішим елементом задоволення загальносуспільних і людських потреб. Усі процеси розвитку суспільства пов'язуються із людською діяльністю, яка є первинним перетворювачем усіх змін при її появі. В процесі праці формуються соціальні і трудові відносини. Завдяки праці змінюється і сама людина, її навички, ділові і професійні якості, формуються інтереси і потреби людей, створюються економічні підґрунтя і соціальні умови для їх задоволення. У правовому сенсі цей вид праці розглядається в межах трудового права, трансформується у право на працю або обов'язок фахівців працювати згідно законодавства, на підставі соціально-трудова гарантій з питань праці. За своєю сутністю праця є економічною основою відтворення суспільного багатства, його виробничого базису. Це діяльність людини, що спрямовується на створення матеріальних духовних і культурних благ, нових знань, нових ідей і їх імплементацію в суспільне споживання чи процеси розвитку. Вона відрізняється надзвичайною різноманітністю і різноспрямованістю, має різну складність і потребує для свого здійснення виконавців різних процесій, кваліфікації і особистих здатностей.

На сучасному етапі розвитку України роль, значущість і результативність людської праці суттєво підвищились. В становленні процесів соціально-економічного розвитку країни якісна і результативна праця займає ключову роль і в контексті забезпечення загальних тенденцій розвитку повинна стати особливим об'єктом уваги в усіх сферах життя і на усіх рівнях управління. Особливості і еволюція ринкових соціально-трудова відносин суспільства формують нові потреби управління працею, що може уможливити підвищення досконалості побудови соціально-трудова відносин і досягнення консенсусу інтересів їх учасників в розвитку економічного і соціального партнерства влади, бізнесу, суспільних інститутів і соціуму. Сьогодні стан трудової віддачі і ефективності праці в Україні неможливо назвати задовільним. Це стосується і підвищення питань ефективності праці в системі державного управління. На державних службовців покладена місія забезпечення усіх реформаторських заходів. Результати праці і розвиток державного управління виступають ключовим рушієм їх здійснення.

Поглиблення знань і уявлень про сутність і зміст управлінської праці, вибір і порядок застосування підходів, способів, методів і прийомів в процесі наукового пізнання доцільно здійснювати з використанням інструментарію низки теорій – теорії збагачення праці (теорія справедливого збагачення), теорії економічного зростання, теорії потреб, теорії людського капіталу, теорії трудової вартості, теорії продуктивності й ефективності праці, а також низки теорій мотивації праці. В теорії економічного зростання суспільства ключова роль відводиться діяльності людини. При цьому, результат праці розглядається не тільки як економічний здобуток, а і відтворення самої людини як капіталу суспільства. Трудова теорія на передній план висуває інтелектуалізацію праці, як основу вирішення економічних, технічних, соціальних, духовних, екологічних та інших питань життєдіяльності суспільства, збалансування трудових ресурсів із матеріально-речовинним зростанням продуктивності праці, рівня і якості життя людей. Велика увага до змісту праці і її ролі в процесах життєдіяльності і житті усього суспільства відображаються в інших наукових теоріях, що визначають широке поле пізнання праці, її реалізацію в трудових процесах, моделях і формах її систематизації, структурування і реалізації [1; 2].

В системі державного управління прикладні засади праці пов'язані із формуванням і створенням умов праці, розробкою і реалізацією трудових процесів, пов'язані із конституційно-правовими засадами праці, реалізуємої державними службовцями із реалізацією рішень і законодавчих документів пов'язаних з державною службою, з підвищенням ролі і змісту соціальних детермінант і повноважень органів державної служби у комбінації із професіоналізмом державних службовців. Уяву і глибоке розуміння змісту праці в системі державного управління (як і в інших системах) можливо отримати шляхом її опису, виокремлення видів праці, елементів і систематизації їх складових.

Праця в системі державного управління має свої відмінні риси, а саме, в залежності від функцій і завдань управління вона відрізняється від праці в інших сферах і системах статусом, призначенням, спрямованістю, суспільною значущістю, масштабами, корисністю, характером робіт, їх різноманітністю, самостійністю вибору методів забезпечення плинності процесів діяльності, багатовекторністю застосування результатів праці, масштабністю і складністю керівництва, рухом процесів діяльності в об'єктах управління, ступеню відповідальності, високими вимогами до якості здійснення, безперервною контрольованістю, змінюваними умовами здійснення і нарощення складності технологій. Вона вимагає спеціальних рис і характеристик професіоналізму виконавців, що характеризує її як надзвичайно складну специфічну і творчу працю. Усі перераховані риси слід розглядати як елементи її складності, що дозволяє створити уяву і про її особливості і вимоги до виконавців. Перелік характеристик управлінської праці ілюструє неможливість її упорядкування і організації без системного розгляду і тісної пов'язаності із об'єктами спрямування її результатів. На сучасному

етапі соціально-економічного розвитку України цей вид праці потребує глибоких наукових досліджень і повинен стати об'єктом уваги дослідження учених і практиків. Вони повинні бути спрямовані на науково-методологічне забезпечення побудови інноваційного управління цим системним базисом людського існування.

Список використаних джерел

1. Рудевська В. І. Еволюція теорій економічного зростання та чинники його оцінювання // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2020. – № 2 (22) [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/219125>

2. Штулер І. Ю. Еволюція теорій економічного розвитку у сучасному вимірі знань // Глобальні та національні проблеми економіки, 2016. – Вип. 9. – С. 216–219.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОГО ВРЯДУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Фролов П. В.,

аспірант Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – **Бобровська О. Ю.**, д.держ.упр., проф.,

професор кафедри економіки та соціально-трудоу відносин

Університету митної справи та фінансів)

З набуттям Україною незалежності корпоратизм став набувати нових рис. Монополізація економіки, радикальна зміна умов господарювання, роздержавлення і перерозподіл державної власності підприємств зумовили зміни в соціальному (плюралістичному) і державному (адміністративно-командному) типах корпоратизму. Перехідний етап продовжувався приблизно до 1997 р., коли почав формуватись кланово-бюрократичний, олігархічний тип корпоратизму. З часом роль корпоративних олігархічних організацій набуває гіпертрофованих форм і держава стає залежною від їх підтримки. Такий стан суттєво впливає на ефективність державного управління корпоративним сектором економіки, в якому існує загрозлива ступінь корупції, яка і досі не викорінена. З метою зміни такого стану в Україні у 2014 р. була започаткована реформа корпоративного управління державними підприємствами, але вона і досі не дала ефективних результатів. У Законі України «Про акціонерні товариства» виокремлені два типи акціонерних товариств – публічні та приватні, здійснені певні уточнення змісту понять «корпоративні права», «статутний капітал», передумов їх створення та інших інституційних засад, які б зробили більш прозорими і зрозумілими нормативно-законодавчі, економічні й соціальні умови створення і функціонування процесів розвитку корпоративної форми господарювання в державному секторі економіки України. При цьому попередні на-

зви акціонерних товариств «акціонерне товариство з обмеженою відповідальністю», «акціонерні товариства закритого типу» можуть не змінюватись, хоча зміни у формах власності відбулися. Майже без змін залишилося і їх правочинство. Публічними вважаються лише ті акціонерні товариства, цінні папери яких станом на 6 січня 2018 р. були наявні в реєстрі фондової біржі (пройшли процедуру лістингу) або які оприлюднили повідомлення про публічні пропозиції цінних паперів у порядку, встановленому Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Цей тип товариств не став приватним, а лише перейшов на спрощений правовий режим у питаннях цінних паперів, розкриття інформації та корпоративного управління. Державні акціонерні товариства належать до публічних, вони створені на державній формі власності і об'єднують у собі підприємства газової, нафтової, енергетичної, аграрної, банківської та інших галузей економіки і мають відповідні назви: АТ «НАК «Нафтогаз України», ПАТ «Укренерго», АТ «Укрзалізниця», ПрАТ «Укргідроенерго», ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» тощо. У приватних акціонерних товариствах максимально допустима кількість акціонерів може бути не більше ніж 100 осіб (до 29 квітня 2009 р. кількість учасників у закритому акціонерному товаристві була необмеженою), вони не можуть бути представлені на фондовій біржі. Міноритарні акціонери приватних акціонерних товариств володіють неконтрольним пакетом акцій і не можуть брати участь в управлінні товариством. Про переваги тієї чи іншої організаційної форми акціонерних товариств можуть скласти уяву лиш самі акціонери. Хоча, як вплинули зміни в законодавстві на зміни в управлінні і рух розвитку акціонерних товариств можна скласти уяву і по динаміці їх кількісного складу. Так, за період 2013–2019 рр. кількість акціонерних товариств зменшилась з 24 493 до 13 902 одиниць. Кількість публічних акціонерних товариств (ПАТ) на 01.01.2014 р складала 3 576 одиниць, а на 01.01.2020 р. – 1 418. Кількість приватних акціонерних товариств (ПрАТ) виросла з 4 483 одиниць на 01.01.2014 р до 5 352 на 01.01.2020 р. Водночас, навіть збільшення чи зменшення кількості товариств не є їх перетворенням, а лише свідчить про привабливість тої чи іншої форми для акціонерів. Судячи по динаміці кількості товариств для акціонерів найбільш привабливою є форма приватного акціонерного товариства і акціонерного товариства з обмеженою відповідальністю. Кількість останніх на 01.01.2020 р. склала 49,94 % в загальній кількості суб'єктів господарювання [1].

Тобто законодавче перетворення виду акціонерних товариств не сприяло їх збільшенню і не надихнуло на підвищення ефективності їх діяльності, про що свідчать показники результатів діяльності найбільших державних корпорацій України. Так, у першому кварталі 2020 р. АТ «НАК «Нафтогаз України» знизив чистий дохід на 1/4 порівняно з річним показником 2019 р., АТ «Укрзалізниця» – майже на 7 млрд грн, ПрАТ «Укргідроенерго» – на 1/2 відповідного річного показника 2019 р., Адміністрація морських портів України – в 1,5 рази порівняно з 2019 р. Подібна ситуація і в

інших державних корпораціях. Про відсутність чистого фінансового результату в першому кварталі 2020 р. звітувала ПАТ «Укренерго», АТ «Укрзалізниця», АТ «Укрпошта» та ін. [2]. Наведені дані свідчать, що існує багато невирішених проблем в економічному секторі України, які потребують глибоких наукових досліджень, моніторингу станів, системного аналізу управління, в тому числі корпоративного, і здійснення реальних заходів підвищення його результативності. Результати діяльності державних акціонерних товариств показують, що процеси корпоративного управління економікою країни стають все більш неупорядкованими, непрозорими і неефективними. Привертає увагу і зосередженість прийнятих державою рішень стосовно акціонерних товариств на питаннях розподілу власності, фінансових питаннях і розподілу результатів за умов майже відсутності законодавчих вимог до підвищення якості внутрішнього менеджменту, науково-технічного та інноваційного розвитку, підвищення конкурентоздатності й інвестиційної привабливості акцій акціонерних товариств. Не обґрунтованими є також рішення стосовно відсторонення акціонерів у складі наглядових рад і відсутності їх належної відповідальності за стан розвитку акціонерних товариств. Все це ілюструє потребу в глибоких наукових дослідженнях перерахованих проблемних питань.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Фролов П. Незалежні наглядові ради замість міністрів: чи покращилось управління державними компаніями? URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics>

ПІДХОДИ ДО МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Макарова К. О.,

(студентка Університету митної справи та фінансів
науковий керівник – Лобза А. В., доктор філософії у галузі економіки,
старший викладач кафедри економіки та соціально-трудова відносин
Університету митної справи та фінансів)

Сучасний стан розвитку загальносвітових ринкових відносин характеризується появою принципово нових теоретичних підходів та методів щодо управління персоналом, а також потребою критичного переосмислення даної проблеми. Важливу роль в процесі управління персоналом відіграє оцінювання результатів діяльності працівників, оскільки визначити наявність чи відсутність у останніх знань, навичок, умінь, індивідуально-особистісних характеристик, необхідних для вирішення завдань, які стоять перед компанією, можна лише у процесі їхнього оцінювання. Окрім того,

без належним чином організованої процедури оцінювання не можна успішно вирішити фактично жодне із завдань, пов'язаних з управлінням персоналом (добір, навчання та розвиток працівників, професійне та кар'єрне зростання, мотивацію та стимулювання праці тощо).

Результати оцінювання працівників використовуються для підтвердження їхньої кваліфікації, рівня знань і навичок, необхідних для виконання завдань і обов'язків на посаді, яку вони обіймають. Зазначимо, що більшість сучасних наукових підходів найчастіше оцінювання результатів діяльності персоналу здійснюють із урахуванням асортименту факторів, які позитивно впливають на працездатність та забезпечують високий рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також створюють дієву та результативну взаємодію інтелектуального, творчого, управлінського, корпоративного та культурного потенціалу персоналу підприємства, а отже і потенціалу усїєї країни.

Перш ніж вдатися до дослідження видів оцінювання результатів діяльності працівників, на основі аналізу наукових джерел спробуємо дати власне визначення поняттю «оцінювання результатів діяльності персоналу». Так, під останнім пропонуємо розуміти процедуру дослідження та визначення певних характеристик та/чи результатів професійної діяльності працівника або певної сукупності працівників, а також зіставлення їх з чітко визначеними вимогами, стандартами або еталонами, що дає змогу зрозуміти рівень та міру відповідності працівника посаді, яку він обіймає, і рівень його професійного розвитку та наявність у нього потенціалу до такого розвитку. Цимбалюк С.О. до характеристик персоналу, що підлягають оцінюванню, відносить професійно значущі компетенції, знання, уміння, навички та особистісні якості [1, с. 10].

Аналізуючи види оцінювання результатів діяльності персоналу, зазначимо, що більшість науковців виділяють здебільшого два основні види такого оцінювання. Так, зокрема С.О. Цимбалюк та О.М. Білик виділяють самооцінювання та зовнішнє оцінювання. При цьому, самооцінювання відбувається в нашій підсвідомості постійно і формує на особистісному рівні кожної людини низку важливих уявлень про власні ідеальний, прийнятний і реальний образи. У свою чергу, зовнішнє оцінювання може проводитися з боку керівника, колег чи навіть споживачів продуктів праці [1, с. 13–14].

Проте на нашу думку, перелік методів оцінювання діяльності персоналу є набагато ширшим і до нього можна віднести як мінімум ще такі: індивідуальне, колективне, кадрове, експертне, психологічне тощо.

Індивідуальне оцінювання уявляє собою оцінювання працівників найбільш компетентними та кваліфікованими співробітниками компанії. При цьому, найбільше значення мають результати оцінювання вищих керівників компанії, вагомими є також оцінки колег, а найменше – має оцінювання, яке здійснюють підлеглі щодо своїх керівників (тому що, як зрозуміло, у цьому разі найбільше на оцінку може впливати суб'єктивність останніх).

Колективне оцінювання здійснюється спеціально підготовленою групою кваліфікованих спеціалістів щодо керівника компанії чи певного працівника.

Кадрове оцінювання полягає у зіставленні специфіки роботи працівника з результатами такої роботи. Воно відбувається у формі спостереження, вивчення та аналізу документації тощо. Експертне оцінювання реалізується за допомогою заздалегідь ustalених критеріїв, а експертами може виступати персонал трьох посадових рівнів (нижчого за той, який оцінюється; однакового з тим, який оцінюється; вищого за той, якого оцінюють).

Психологічне оцінювання знаходить свій прояв у з'ясуванні особистісних характеристик персоналу компанії за допомогою методів психологічного аналізу. Основною перевагою цього виду є відносна безперервність.

Окрім вище перелічених видів можуть також використовуватися особистісні дослідження (діагностика властивостей темпераменту, рівня домагань тощо.), проєктивні методики (з метою діагностики специфіки взаємин з іншими людьми, засобів подолання конфліктів тощо) [2]. Важливим є те, що ефективність процесу оцінювання результатів діяльності персоналу залежить не лише від вибору певного його виду, а й від наступних складових: 1) критерії оцінювання результатів діяльності персоналу; 2) професійні якості й можливості експертів; 3) несуперечливість оцінок; 4) сприятлива організаційна та соціальна ситуація; 5) своєчасність оцінювання; 6) систематичність оцінювання; 7) авторитетність суб'єкта оцінювання [2].

Насамкінець зазначимо, що без правильного вибору виду та належно організованої процедури оцінювання є неможливим виявлення у працівників компетенцій, необхідних їм для досягнення основних корпоративних цілей. Саме тому нині оцінювання персоналу як основного ресурсу забезпечення ефективної діяльності підприємств набуває все більшого значення.

Список використаних джерел

1. Цимбалюк С. О., Білик О. М. Оцінювання персоналу: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2021. 311с.

2. Оцінювання діяльності персоналу. URL: http://megalib.com.ua/content/3496_Ocinuvannya_diyalnosti_personalny.html

ВПЛИВ ТА НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ У ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Ковальчук М. Ю.,

студентка Університету митної справи та фінансів

Вишневецька Е. І.,

студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник –Лесюк О.В., к.н. з соц. ком., ст. викладач кафедри журналістики Університету митної справи та фінансів)

Перші повідомлення про захворювання на пневмонію, яка спричинена коронавірусом у Китаї, з'явилися в січні 2019 року. На сьогодні тема коронавірусу COVID-19 є найбільш обговорюваною. У пресі з'являється безліч матеріалів, які так чи інакше стосуються саме цієї теми.

«Загальнонаціональні онлайн-медіа дуже активно висвітлювали ситуацію з поширенням COVID-19 та наслідки інфекції як у світі, так і в Україні. В середньому цій темі було присвячено 58,5 % від загальної кількості матеріалів» [2]. Такими є результати моніторингу, проведеного ГО «Інститут Масової Інформації» у 17 загальнонаціональних онлайн-медіа у березні 2020 року. Найбільше матеріалів про коронавірус було зафіксовано на сайтах «Укрінформ» (88 % від загальної кількості матеріалів) та «Страна» (77 %). Найменше про COVID-19 писали сайти «Ліга» (27 % від загальної кількості матеріалів) та «Дзеркало тижня» (33 %).

Матеріали про COVID-2019 у % відношенні від загальної кількості матеріалів	
Укрінформ	88 %
Страна	77 %
Тиждень.ua	75 %
УП	69 %
Цензор	68 %
Інтерфакс	67 %
ТСН	63 %
УНІАН	63 %
24 канал	62 %
НВ	59 %
РБК	58 %
Обозреватель	58 %
Знай	47 %
Сьогодні	42 %
Гордон	40 %
ДТ	33 %
Ліга	27 %

2 лютого 2020 року Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) оголосила «масову інфодемію», посиляючись на надмірну кількість відомостей, точних та неправдивих, про вірус, які «заважають людям в пошуку надійних джерел та правильних рекомендацій, коли вони цього потребують». ВООЗ заявила, що високий попит на своєчасну та вірогідну інформацію сприяв створенню прямої цілодобової гарячої лінії ВООЗ, де її співробітники та групи в соціальних медіа здійснюватимуть моніторинг і реагування на дезінформацію через веб-сайт та сторінки соціальних медіа.

19 березня 2020 року Міністерство охорони здоров'я повідомило, що в медіа поширюється багато недостовірної інформації й маніпуляцій щодо пандемії коронавірусу. Представники виконавчої влади закликають журналістів не «гнатися за гучними заголовками», а ЗМІ та українців перевіряти інформацію й користуватися лише офіційними джерелами.

У наслідок карантинних обмежень відбулось падіння економічної активності в країні, що негативно вплинуло на засоби масової інформації і журналістську діяльність. Більшість медіа-менеджерів скаржаться на провал рекламних бюджетів і нестачу фінансування засобів масової комунікації. Деякі ЗМІ оголосили про додаткові благодійні грошові внески серед своїх підписників та читачів, аби вижити під час карантину. З таким закликом, зокрема, звернулося інтернет-видання «liga.net», журнал «Український тиждень» та деякі інші ЗМІ.

Журналісти під час карантину потерпають від обмежень на переміщення, проведення інтерв'ю та проведення зйомок. Вони намагаються прямий контакт з реципієнтами компенсувати засобами електронного зв'язку. Наслідками карантинних обмежень у журналістській діяльності виступили наступні тенденції: проблеми із заробітною платою у вигляді затримань та скорочень відчули 22 % журналістів, скорочення/зменшення діяльності – 14 %; скорочення замовлень – 11%; відсутність замовлень-9%; відмова від замовлень – 8 %; закриття медіа – 1 %.[3]

Пандемічна хвиля стрімко поширюється і несе у собі високі показники ризику не тільки для економіки та суспільства, а й для життя кожної людини. «Три дзвінки з чотирьох – з Харкова. Місць немає. Швидкі не встигають приїжджати. Сатурація 30, сатурація 20. Ніхто не може допомогти. Жодні гроші, жодні зв'язки. Система не впоралася. Помирати доведеться вдома», – пише у соцмережах волонтерка Леся Литвинова, яка очолює благодійний фонд «Свої» і минулої зими допомагала хворим на ковід з киснем і закликає бути обережними і відповідальними.

Проаналізувавши матеріали ЗМІ, ми розуміли, що тема пандемії, на сьогодні є найбільш актуальною у ЗМК і має високий кількісний показник розміщення матеріалів. З іншої сторони, ми маємо прояви негативного впливу на читацьку аудиторію і використання маніпулятивних прийомів: поширення моральної паніки у населення, недостовірність джерела, гра на емоціях, відволіканням уваги, підміна інформації. Тому головне завдання сучасних ЗМІ у період пандемії – висвітлення актуальної, достовірної, перевіреної інформації для суспільства.

Список використаних джерел

1. ЗМІ під час пандемії: українські медіа потерпають від браку реклами. URL: <https://www.dw.com/uk>
2. Писаренко Л. М. Висвітлення теми пандемії коронавірусу COVID-19 в одеських ЗМІ / Л. М. Писаренко // Правове життя сучасної України у 3 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15 трав. 2020 р.) / відп. ред. М. Р. Аракелян. – Одеса : Гельветика, 2020. – Т. 1. – С. 442–445.
3. Громадська організація «Центр прикладних досліджень» Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904>

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Chumak Ya. S.	210	Варбанський О. В.	269
Chyzhykova I. V.	99	Векленко А. І.	156
Holiak V. I.	99	Величко В. А.	196
Kryvanych Y. S.	19	Виноградова В. Ю.	143
Maksymenko O. O.	110	Вишневецька Е. І.	214, 426
Skorupych A. O.	132	Волкова А. Р.	17, 198
Tokarieva A. V.	99	Володіна Д. С.	136
Vlaschenko V. S.	167	Волошина А. О.	233
Андріяшин В. С.	300	Гайдукова Н. В.	297
Артюмова С. О.	193	Гарбар М. Ф.	30
Артюмова Я. О.	194	Гасан В. Д.	295
Асланова К. Р.	70	Глуханюк Т. В.	238
Асмолков С. О.	90	Гойда О. О.	378
Багро К. В.	204	Горб К. Ю.	406
Байбаков І. В.	375	Горніч А. А.	261
Баранець В. І.	80	Гречуха Ю. С.	414
Башинський М. Б.	162	Григор'єва П. Д.	400
Баштовенко З. Д.	82	Григоренко Т. О.	42
Безбородько Ю. О.	101	Гриняк Д. Г.	292
Бендюг Є. С.	141	Грицаєнко М. І.	290
Бенедесюк С. О.	68	Гук А. В.	358
Біліченко А. П.	335	Гулієва А. Р.	368
Божко С. С.	32	Гуменюк О. Ю.	40
Бойко О. І.	28	Гусєва В. О.	84
Бондар К. А.	180	Демченко К. О.	372
Бондаревська К. В.	265	Демчук І. В.	34, 276
Бондаренко Д. М.	417	Деркач О. О.	65, 271
Бондаренко Л. І.	420	Дмитренко В. Є.	391
Бондарєва А. А.	416	Довгаль В. О.	288
Брайко В. С.	183	Дронова Т. С.	134, 240
Бромірський Б. О.	302	Дудар О. Г.	145
Будзь А. В.	172	Дудчик О. Ю.	82
Бутенко В. М.	224	Думчиков О. В.	114
Вакерина К. С.	235	Животова А. О.	251
		Заболоцька Є. С.	174
		Зарувінська А. А.	160
		Здорик А. В.	49
		Зубар І. В.	366

Іванова Б. В.	370	Логачова К. О.	15
Іванова Є. К.	88	Логвінова В. С.	170
Івашина А. В.	242, 402, 404	Локтіонова Я. Ф.	21
Ісаханян С. Р.	247, 306	Лугова Є. І.	205
Іценко Т. Є.	240	Лукашук М. В.	78
Ішков Є. В.	314		
Каспшишак А. В.	53	Макарова К. О.	424
Кийда Л. І.	235	Маленок А. С.	131
Клименко К. В.	259	Малихіна К. В.	327
Клушевський С. С.	286	Маляр Д. В.	180
Клюс А. О.	323	Мамчур Д. І.	139
Ключник Л. В.	304	Марочко О. В.	348
Кляцький Д. Ю.	152	Марчук В. В.	112
Коваленко П. К.	86, 395	Марчук М. С.	59
Коваленко С. С.	43, 92	Масан В. В.	107
Ковальов М. С.	387, 389	Масленникова А. А.	251
Ковальчук М. О.	226	Маслова Я. Р.	178
Ковальчук М. Ю.	214, 426	Матвійчук Н. М.	34, 36
Ковальчук Н. В.	350	Мельніченко І. С.	216
Козлова І. А.	255	Метлицька В. О.	265
Козявка О. Г.	312	Миколайчук І. П.	414
Коленчак С. К.	228	Михайлюк Ю. О.	408
Корінь А. В.	308	Моголівець А. А.	21
Корнієнко В. О.	34	Молодоження А. О.	321
Коробська А. В.	23, 267	Моршна Л. О.	88
Корх Н. С.	61, 354	Моторна К. Д.	185
Кравець Д. В.	362	Мурзіна Р. І.	128
Кресан К. Д.	220		316
Крижановська Д. О.	360	Новак К. С.	
Круглякова В. В.	75	Новіков І. О.	318
Кудря А. Ю.	416		
Кузнєцова Ю. А.	337	Озерян К. С.	242, 402, 404
Кузьменко Ю. А.	278	Олексієнко Р. Ю.	191
Купіч Б. В.	36	Онищенко В. В.	149
Курінна В. В.	94	Онищенко У. В.	337
Курінна Д. В.	96	Остапенко В. М.	412
Кучеренко К. І.	154	Охріменко М. Є.	384
Кущ В. А.	141		
Лавриненко О. О.	344	Павленко Є. М.	147
Лаптева В. Д.	208	Павлішина Н. М.	201
Линь В. О.	56	Панова Я. Г.	222
Лисенко В. М.	244	Парасіч А. О.	364
Литвинов Р. А.	284	Пасічник Т. О.	170
		Патицька Х. О.	304
		Петрусенко К. В.	86

Пилипенко В. М.	274	Ульянова Л. П.	333
Пікалова В. В.	158, 191	Устян Б. М.	176
Покрищенко А. В.	80		
Пономарьова І. С.	51	Фандій А. А.	126
		Філінковська А. В.	218
Разумова Г. В.	269	Фоменко В. К.	73
Розумейко А. А.	282	Фролов П. В.	422
Романенко Д. О.	45		
Роменська К. М.	45	Хамула Д. Д.	346
Руденко Ю. С.	121	Хілько А. С.	103
Рудь М. Б.	382		
		Чабан Л. І.	385
Савостьяненко М. В.	259	Чайка Ю. М.	333
Саф'яник Б. А.	356	Чайка Ю. О.	280
Селедцов В. В.	393	Чала К. Ю.	339
Семакіна Д. Е.	331	Черба В. М.	364
Сенкевич Г. А.	116	Чередник Д. О.	325
Сидоренко В. С.	187, 189	Чехлатий К. О.	200
Сисоєнко І. А.	30	Чумак Я. С.	350
Сірант М. О.	398	Чупілко О. Г.	134
Скорупич А. О.	310		
Смєсова В. Л.	136	Шамрай К. О.	254
Соболь Г. О.	341	Шаранов Р. С.	263
Сопін Є. О.	230	Шевченко Ю. О.	25
Старина М. В.	212	Шинова В. А.	119
Стахів С. Ф.	75	Шишкова Д. С.	63
Стогов І. О.	165	Шостак А. В.	105
		Шумак Л. В.	124
Тарасенко А. О.	410	Щегельська А. О.	73
Теслюк С. А.	276		380
Тименюк І. Ю.	366	Юрескул Г. О.	
Тихоненко С. О.	331		
Товпига Є. О.	72	Яковенко А. В.	329
Токарік Є. С.	398		
Тороп К. М.	352		
Тутов І. Г.	38		

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ
ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ
ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ:
МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Том 1

05 листопада 2021 р.

Матеріали подано в авторській редакції

Підписано до друку 04.11.2021. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 27,00. Облік.-вид. арк. 24,00. Наклад 100 прим.
Замовлення № 105.

Дніпро: Університет митної справи та фінансів
(Свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.)
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4