

Міністерство освіти і науки України
Криворізький національний університет
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами



**АКТУАЛЬНІ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ, СОЦІАЛЬНІ ТА
ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА
СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ
II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

1–31 березня

Кривий Ріг – 2021

Актуальні економіко-правові, соціальні та екологічні аспекти розвитку промисловості та суспільства: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (1–31 березня 2021 року) / Міністерство освіти і науки України, Криворізький національний університет. Кривий Ріг: КНУ, 2021. 182 с.

Організатори конференції та редакційна колегія

Моркун В.С. – д.т.н., професор;
Чубаров В.А. – к.т.н., доцент;
Брадул О.М. – д.е.н., професор;
Варава Л.М. – д.е.н., професор;
Зінченко О.А. – д.е.н., професор;
Нусінов В.Я. – д.е.н., професор;
Турило А.М. – д.е.н., професор;
Юсупов В.А. – д.юрид.н., професор;
Шахно А.Ю. – д.е.н., доцент;
Рябикіна Н.І. – к.е.н., доцент;
Астаф'єва К.О. – к.е.н., ст. викладач;
Рябикіна К.Г. – к.е.н., ст. викладач.

У матеріалах II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції продемонстровані результати наукових досліджень соціально-економічного розвитку економіки промислових підприємств та суспільства в умовах поглиблення інтеграційних процесів, переходу до інноваційної моделі розвитку економіки. Для науковців, викладачів, здобувачів закладів вищої освіти, аспірантів, докторантів, фахівців промисловості, підприємств і організацій. За ту інформацію, яка наведена та уточнена у тезах, несуть відповідальність автори робіт.

ЗМІСТ

Економічна теорія та історія економічної думки

Бондарчук О.М., Куценко А.В. Валовий внутрішній продукт як основний макроекономічний показник	7
Паустовська Т.І., Куценко А.В. Теоретичні засади інтеграційного процесу Україна – ЄС	12
Паустовська Т.І., Половнікова О.Є. Розвиток міжнародного трансферу технологій	15
Паустовська Т.І., Чечель В.Т. Глобальні міста – основа економіко-політичної світової системи	20
Рябикіна Н.І., Рябикіна К.Г., Шахрай І.В. Підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції суб'єкта малого підприємництва	23

Економіка, організація та управління підприємствами

Астаф'єва К.О., Аркадська В.О. Пропозиції, щодо визначення рівня матеріального стимулювання персоналу підприємства	28
Афанасьєв Є.В., Афанасьєва М.Г., Демченко П.С. Удосконалення теоретико-методичних підходів імітаційного моделювання забезпечення сталого економічного розвитку залізрудних підприємств	32
Афанасьєв Є.В., Афанасьєв І.Є., Хамаїлі Акрам Удосконалення теоретико-методичних підходів маркетингового менеджменту в інвестиційній діяльності підприємств малого та середнього бізнесу	35
Афанасьєв Є.В., Афанасьєв І.Є., Фертас Наджіб Окремі ключові аспекти комплексної оцінки конкурентоспроможності ресурсного потенціалу залізрудного підприємства	38

Бондарчук О.М., Єпик О.О. Списання запасів незавершеного виробництва та запасів готової продукції	40
Бондарчук О.М., Царенко В.О. Особливості формування витрат підприємницької структури з вантажоперевезення	43
Буркова Л.А. Удосконалення класифікації афілійованих підприємств	47
Кадол Л.В., Кадол О.М., Кравчук Л.М. Історичні передумови та перспективи ресурсозбереження в будівництві	50
Кадол Л.В., Кадол О.М., Кравчук Л.М. Економічне управління у сфері містобудівельної діяльності	52
Кадол Л.В., Федоренко Т.В. Порівняльний аналіз закордонної нормативної бази ціноутворення в будівництві з вітчизняною	56
Ковальчук В.А., Ковальчук Т.М., Гусейнов М.Е. Резерви ефективного використання виробничої потужності видобувного підприємства	60
Короленко О.Б., Тхоренко Т.В. Антикризове управління як передумова підвищення ефективності діяльності підприємства	62
Кутова Н.Г., Клименко К.В. Антикризове управління в умовах пандемії	65
Лашкун Г.А., Алексєєва О.О. Проблема безробіття в Україні – ключове питання сьогодення	70
Лашкун Г.А., Боднар І.В. Оцінка конкурентоспроможності гірничозбагачувального підприємства	74
Пасічник Н.В., Іванова А.А. Оцінка рівня витрат підприємства ГМК	78
Пасічник Н.В., Кошова К.М. Управління економічною безпекою підприємств ГМК	82
Пасічник Н.В., Швець О.В. Управління інноваційною моделлю зайнятості людського капіталу в умовах карантину	87
Поліщук І.Г., Клименко К.В. Проблематика ефективного управління в умовах тотальної диджиталізації	91
Поліщук І.Г., Рожко Д.С. Особливості обліку та амортизації тварин у сільському господарстві	94
Рябікіна Н.І., Рябікіна К.Г., Кравчук Л.М., Скороход В.С. Ефективність	

використання основних засобів гірничо-збагачувальних підприємств	98
Рябикіна Н.І., Рябикіна К.Г., Гайдай К.В. Проблеми формування власного капіталу підприємства	100
Рябикіна Н.І., Рябикіна К.Г., Царенко В.О. Складові прийняття та обґрунтування рішень: логіка, інтуїція, досвід	103
Турило А.А., Зима О.М. Економічний баланс: актуальність визнання	105
Турило А.А., Нікітін Я.О. Фінансово-економічні аспекти формування людського капіталу	108
Шахно А.Ю., Стрельчук А.М. Шляхи підвищення рентабельності на підприємстві	111
Шахно А.Ю., Федоренко Т.В. Інвестування в людський капітал як чинник зростання конкурентоспроможності національної економіки	114
Шахно А.Ю., Томіліна А.К. Управління персоналом на підприємстві та напрямки його удосконалення	119

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Астаф'єва К.О., Орел Д.В. Тенденції розвитку підприємництва в Україні	124
Астаф'єва К.О., Тхоренко Д.В. Конкурентні переваги для просування підприємств в умовах електронної конкуренції	127
Воробйова Ю.М. Регіональні асиметрії розвитку промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги)	130
Короленко О.Б., Батеха Д.І. Оптимізація комерційної діяльності оптових торговельних підприємств	133
Короленко О.Б., Пустовойтенко А.О. Ефективність використання управлінського персоналу торговельних підприємств	137
Кутова Н.Г., Журавель Д.С. Репутація підприємства та її оцінювання на прикладі ТОВ «СВ ГРУП»	139
Мельнікова І.Є., Вінниченко О.П. Методики та особливості проведення співбесід в різних країнах світу	143

Рябикіна Н.І., Рябикіна К.Г., Захарченко Є.М. Контроль та моніторинг публічних закупівель	148
Рябикіна Н.І., Рябикіна К.Г., Боднар Проблеми інвестиційної політики України в умовах сучасного господарювання	153
Шахно А.Ю., Іванова А.А. Управління розвитком людського капіталу бізнес-структур	157

Менеджмент та маркетинг

Мельникова І.Є., Бондаренко К.О. Роль мотивації у побудові кар'єри	162
Поліщук І.Г., Іванова А.А. Новий підхід до управління проектами в умовах сучасного різноманіття проектного менеджменту	165
Темченко Г.В., Гіроль В.В. Особливості маркетингового просування інноваційних товарів за допомогою інтернет-майданчика	168
Темченко Г.В., Мацур Л.В. Сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу	172
Темченко Г.В., Шамкій І.Ю. Перспективні напрямки розвитку сучасної реклами	175

Регіональна економіка, демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

Яковенко Ю.В. Міграційна політика України: сутність, проблеми та напрями їх вирішення	179
--	-----

ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ ЯК ОСНОВНИЙ МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ПОКАЗНИК

Бондарчук О.М. к.т.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Куценко А.В.**, здобувач Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Валовий внутрішній продукт (ВВП) вимірює вартість продукції та послуг, вироблених на території даної країни за визначений період, незалежно від того, знаходяться чинники виробництва у власності громадян даної країни або належать іноземцям. За допомогою нього можна простежити динаміку розвитку економіки країни та порівняти її досягнення з іншими державами. Це не просто показник, а індикатор соціально-економічного рівня розвитку країни [1, с. 51]. Для визначення рівня соціального захисту громадян зі сторони держави та добробуту населення також використовують показник ВВП у розрахунку на душу населення. За допомогою статистичного аналізу можливо визначити, за величиною вказаних показників, перспективи економічного розвитку та чинники, що на нього впливають [2, с. 39].

Мета роботи полягає у дослідженні динаміки ВВП України, а також здійснення аналізу ВВП України в порівнянні з іншими країнами.

Матеріали та методи. Для цього дослідження використовувалися теоретичні методи аналізу та узагальнення. Питанням оцінки динаміки ВВП та його розвитку присвячені наукові роботи багатьох вчених, зокрема В. Геєця, А. Гальчинського, І. Багратяна, О. Дзюблюка, І. Манцурова, М. Савлука, А. Савченка, Л. Петкова та ін. Необхідність вивчення та аналізу даного питання визначається необхідністю пошуку шляхів відновлення економіки та її зростання.

Результати. Показник ВВП характеризує можливості економіки щодо забезпечення добробуту населення в трьох аспектах [3, с. 48]:

1) ефективність розподілу виробництва на продукти проміжного та кінцевого призначення;

2) структуру кінцевого попиту (споживання, накопичення, внутрішньо торговельного обороту);

3) первинні доходи.

Розрізняють номінальний та реальний ВВП. Перший показник вимірюється в номінальних цінах, тобто цінах, які представлені в поточному році, другий вимірюється в базових цінах. Номінальний ВВП показує як змінилися ціни, реальний – як змінився об'єм виробленої продукції. Динаміка зазначених показників представлена в табл. 1 та рис. 1 [4].

Таблиця 1

ВВП України, млрд. грн.

Рік	Номінальний ВВП	Реальний ВВП	Відхилення реального від номінального	
			млрд. грн.	%
2012	1408,889	1304,064	-104,825	-7,4
2013	1454,931	1410,609	-44,322	-3,0
2014	1566,728	1365,123	-201,605	-12,9
2015	1979,458	1430,290	-549,168	-27,7
2016	2383,182	2034,430	-348,752	-14,6
2017	2982,920	2445,587	-537,333	-18,0
2018	3558,706	3083,409	-475,297	-13,4
2019	3974,564	3675,728	-298,836	-7,5

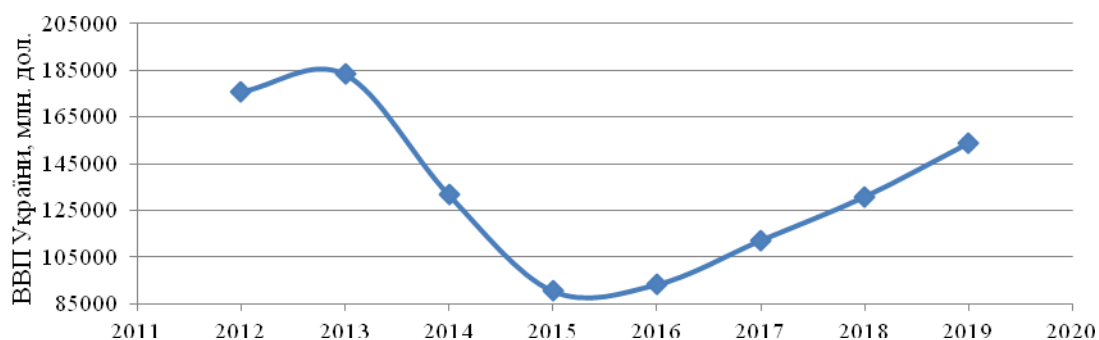


Рис.1 – Динаміка номінального ВВП України, млн. дол.

З табл. 1 видно, що номінальний ВВП України в продовж 2012-2019 рр. зростав, тоді як реальний ВВП мав іншу динаміку. Так, наприклад, номінальний ВВП в 2014 р. збільшився в порівнянні з 2013 р., тоді як реальний ВВП зменшився. Такі невідповідності, коли номінальний ВВП зростає, а реальний падає, відбуваються внаслідок інфляції у зв'язку зі зростанням цін на

товари та послуги з одночасним скороченням обсягів виробництва та відповідно споживанням цих товарів. В результаті знижується купівельна спроможність населення і знижується рівень життя. Динаміка ж доларового еквіваленту ВВП України демонструє провал в 2015-2016 року, що підтверджується і найбільшим рівнем зниження номінального ВВП порівняно з реальним в 2015 році на 27,7%.

ВВП на душу населення є мірою випуску продукції на душу населення в доларах постійної купівельної спроможності, при цьому нівелюється вплив інфляційних процесів. Вищий реальний ВВП на душу населення є показником вищого рівня життя. Зіставляючи ці показники у різних країнах, можна визначити рівень їх розвитку, а також дізнатися до якої категорії вони відносяться – до розвинених країн, чи до країн, що розвиваються [3, с. 46].

В табл. 2 відображені дані про рівень ВВП на душу населення України в якій можна побачити, що хоча номінальний ВВП на душу населення постійно збільшується в порівнянні з попереднім роком, його доларовий еквівалент в 2014 та 2015 роках зменшився. Це можна пояснити тим, що у 2014 р. відбулося значне прискорення темпів падіння промислового виробництва, яке за підсумками року становило 10,2%. Негативну динаміку продемонстрували всі основні агреговані види промислової діяльності: скорочення обсягів виробництва у добувній промисловості і розробленні кар'єрів становило 13,7%, переробній промисловості – 9,3%, постачанні електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря – 6,6%. Такий тренд багато в чому був зумовлений падінням виробництва у Донецькій та Луганській областях (на 31,5% і 42% відповідно у 2014 р.). Падіння обсягів виробництва у поточному році також можна пояснити зменшенням попиту, що викликане зниженням рівня купівельної спроможності населення. Стрімка інфляція на тлі девальвації гривні підірвала доходи населення, відповідно, вдарила по торгівлі, по інвестиціям, що не могло не відбитися на макроекономічних показниках, зокрема на зменшенні обсягів виробництва [5].

Таблиця 2

Динаміка ВВП України на душу населення 2012-2019 рр.

Рік	Номінальний ВВП,		Зміна порівняно з попереднім роком, %	
	грн./особу	дол./особу	в грн.	в дол.
2012	30912,5	3856,8	+7,3	+8,0
2013	31988,7	4030,3	+3,5	+4,5
2014	35834,0	3014,6	+12,0	-25,2
2015	46210,2	2115,4	+29,0	-29,8
2016	55853,5	2185,9	+20,9	+3,3
2017	70224,3	2640,3	+25,7	+20,8
2018	84192,0	3095,2	+19,9	+17,2
2019	94589,8	3659,8	+12,4	+18,2

Не менший інтерес представляє дослідження з порівняння величин макроекономічних показників різних країн не тільки для визначення рейтингового місця України, а й можливих заходів щодо покращення становища. В табл. 3 приведені показники темпів зростання ВВП України, США, Польщі, Японії, Німеччини з 2012 по 2019 рр. Дані в ній дають змогу отримати порівняльний аналіз динаміки ВВП України та ВВП провідних країн світу. Рівень ВВП на кожного громадянина України у 2019 р. знизився у зіставленні з 2010 р. на 5,1%.

Таблиця 3

Результати порівняння ВВП на душу населення різних країн світу, дол. [4, 6]

Рік	Україна	Польща	Німеччина	США	Японія
2012	3857	23833	43359	51563	37214
2013	4030	24705	44994	53072	39008
2014	3015	25608	47011	55025	39227
2015	2115	26843	47622	56849	40448
2016	2186	28286	50574	58017	39982
2017	2640	30154	53255	60106	40872
2018	3095	32527	55059	63056	42052
2019	3660	34484	56226	65254	43194
Зміна, % за аналізований період	-5,1	+44,7	+29,7	+26,6	+16,1

ВВП на душу населення в Україні набагато нижчий, ніж в інших країнах, що наведені в таблиці, відповідно умови та рівень життя також є нижчими. На це є ряд причин, незважаючи на значний природний та людський потенціал, приватизацію більшості виробничого потенціалу країни, численні міжнародні кредити, які були освоєні владою протягом останніх 20 років, виробничі

потужності України не були модернізовані, об'єкти промисловості набули високого ступеня зношення. Здебільшого вітчизняна продукція галузей переробки втратила конкурентоспроможність на міжнародному ринку товарів, а широкий внутрішній попит значною мірою забезпечують імпортні товари. Також чималий вплив мали й інші фактори: несприятливі політико-економічні умови, слабка економічна динаміка, значні боргові зобов'язання, тривалий військовий конфлікт, низька інвестиційна привабливість, недовіра до органів державного управління, високий рівень корупції, негативні оцінки світових рейтингових агентств щодо перспектив розвитку економіки України [5, с. 166].

Висновки. На рівень ВВП країни впливають багато факторів як внутрішніх так і зовнішніх. Це й інфляційні процеси, і кількість наявної пропозиції на ринку, і зовнішні конфлікти між державами, воєнні дії. В Україні показник ВВП мав тенденцію до зростання в номінальних цінах, але на справді рівень ВВП в дол. США знизилася в 2019 р. в порівнянні з 2012 р. Країні необхідно провести ряд макроекономічних реформ для того, аби покращити своє становище на міжнародному ринку і забезпечити можливість розвиватися.

Список літератури

1. Стеблянка І.О. Валовий внутрішній продукт України: просторова та структурна динаміка. *Економіка і держава*. 2015. №11. С. 51-54.
2. Круш П.В., Тульчинська С.О. Макроекономіка: навч. посібник. Київ: ЦУЛ. 2008. 328 с.
3. Моторина Р.М. Економічна статистика: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 362 с.
4. Офіційний сайт Міністерства Фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp>.
5. Фатюха Н.Г., Макушина Т.П. Аналіз динаміки ВВП України. *Ефективна економіка*. 2015. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4634>
6. Валовий внутрішній продукт на душу населення. URL: <https://svspb.net/danmark/vvp-stran-na-dushu-naselenija.php>

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ УКРАЇНА – ЄС

Паустовська Т.І. к. е. н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Куценко А.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Намір України розбудовувати відносини з Європейським Союзом був вперше проголошений у Постанові Верховної Ради України від 2 липня 1993 року «Про основні напрями зовнішньої політики України». Відносини між Україною та Європейським Союзом були започатковані в грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів, як представник головної в ЄС країни, у своєму листі від імені Європейського Союзу офіційно визнав незалежність України. У подальшому стратегічний курс України на європейську інтеграцію був підтверджений та розвинутий у Стратегії інтеграції України до ЄС, яку схвалено 11 червня 1998 року, та Програмі інтеграції України до ЄС, схваленій 14 вересня 2000 року. В ній була проголошена довготермінова стратегічна мета - європейська інтеграція України [1].

Метою роботи є простежити історичну лінію встановлення взаємовідносин між Україною та Європейським Союзом та з'ясувати рівень сучасного стану відносин між Україною та Європейським Союзом.

Матеріали та методи. Для цього дослідження використовуватимуться теоретичні методи аналізу та узагальнення. Питання участі України в інтеграційних процесах та співпраці з ЄС винесені на порядок денний у публікаціях таких вітчизняних учених і фахівців, як А. Гальчинський, М. Якуб'як, В. Гесць, В. Мовчан, П. Рудяков, П. Гайдуцький, В. Винник, О. Федірко, О. Ковальова та ін. Вони досліджували проблеми інтеграції та співпраці України з ЄС, розглядали проблему регіональної інтеграції та питання саме вступу України в ЄС.

Результати. Шлях України до Європейського Союзу протягом 90-х років ХХ століття та нульових ХХІ століття, був довгим та неоднозначним. Наша держава то наближалася до цього інституту, то віддалялася від нього, проводячи політику, що не відповідала принципам і вимогам демократичного та економічного устрою ЄС. Розбудова відносин з Європейським Союзом продовжилася Законом України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», редакцію якого було здійснено від 1 січня 2015 року. Відповідно до статті 11 Закону однією з основоположних засад зовнішньої політики України є «забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЄС».

Дорожню карту та першочергові пріоритети становлення та розвитку України як члена європейської сім'ї визначено Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020», схваленою Указом Президента України №5/2015 від 12 січня 2015 року. У Документі зазначено, що ратифікувавши Угоду про асоціацію між Україною та ЄС, Україна отримала інструмент та дороговказ для внутрішніх перетворень, а виконання вимог цієї Угоди дає можливість Україні в подальшому стати повноцінним членом ЄС [2].

Не дивлячись на багаторічний непростий шлях, Україна є пріоритетним партнером Європейського Союзу, яку він підтримує в забезпеченні стабільного, процвітаючого та демократичного майбутнього для її громадян, а також займає непохитну позицію в підтримці її незалежності, територіальної цілісності та суверенітету. Угода про асоціацію та глибоку й всеосяжну зону вільної торгівлі (ГВЗВТ), підписана у 2014 році, є основним інструментом зближення України та Євросоюзу, сприяючи розвитку тісніших політичних відносин, сильніших економічних взаємозв'язків та поважного ставлення до спільних цінностей. Україна продовжує реалізовувати амбіційну програму реформ з метою стимулювання економічного зростання та покращення рівня життя її громадян, а саме: протидія корупції, реформування судової системи, конституційна та виборча реформи, покращення бізнес-клімату й підвищення рівня

енергоефективності, а також реформа державного управління та децентралізація. З 2014 року ЄС та фінансові інституції виділили понад 15 млрд. євро у вигляді грантів та кредитів з метою підтримки реформ, висунувши умову щодо забезпечення їхнього прогресу [3].

У 2020 році Кабінет Міністрів України затвердив план заходів на з реалізації Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018-2021 роки. Метою цього плану зазначається налагодження інформування та комунікацію з українським суспільством про можливості та перспективи, які відкриває для громадян Угода про асоціацію Україна – ЄС, на прикладі ключових пріоритетів та реформ. «Європейська інтеграція України - це, передусім, угода про спільні цінності. Серед них - кращі умови для життя громадян в Україні, більше демократії, сильніша економіка, краща медицина та соціальна підтримка. Цей процес потребує підтримки громадян в усіх куточках нашої країни, але передусім - розуміння про те, як і коли ми плануємо робити кожен наступний крок і в чому полягатиме його реальний результат. Перш за все, необхідно пояснити на практиці, як інтеграція до ЄС допоможе українцям втілювати свої плани та мрії, мати кращі можливості для життя, навчання та самореалізації. Для цього важливий постійний і системний діалог, щоб показувати реальний зв'язок між реформами, виконанням Угоди про асоціацію та позитивними змінами в житті громадян. Серед цілей, що визначені Планом є, зокрема:

- 1) підвищення поінформованості населення про європейські цінності;
- 2) інформування про можливості та перспективи, які відкриває для держави Угода про асоціацію, на прикладі результатів впроваджених реформ;
- 3) протидія дезінформації, спрямованої на дискредитацію відносин України з ЄС та майбутнього членства України в ЄС;
- 4) вдосконалення комунікаційних навичок у представників органів державної влади та місцевого самоврядування. Окремо зазначається важлива роль Плану у загальній інформаційній політиці України та надважлива роль

Міністерства культури та інформаційної політики у розробці та подальшій реалізації цього Плану [4].

Висновки. Інтеграція України в Європейський Союз пройшла довгий шлях від першого згадування про неї у Постанові Верховної Ради України від 2 липня 1993 року «Про основні напрями зовнішньої політики України» і триває до нині. Співпраця нашої країни з ЄС має стабільний, але повільний характер. Представництво ЄС починаючи з 2014 р. постійно надає нашій країні різноманітну допомогу: фінансову, матеріальну. Мета України стати членом Європейського Союзу поки що не була досягнута і можливо не буде найближчим часом, адже для цього потрібно зробити ряд перетворень, які Україна не змогла успішно втілити. Проте, Європейський Союз продовжує надавати Україні підтримку, у тому числі й на політичній арені, підтримуючи її територіальні інтереси та суверенність.

Список літератури.

1. Міністерство юстиції України. Режим доступу: URL: <https://minjust.gov.ua/m/istoriya-stanovlennya-vidnosin-ukraina-es>
2. Міністерство закордонних справ України. Режим доступу: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/vidnosini-ukrayina-yes/istoriya-vidnosin-ukrayina-yes>
3. Відносини між ЄС та Україною у фактах та цифрах // Eastern partnership. 2020. Режим доступу: URL: <https://www.euneighbours.eu/uk/east/stay-informed/publications/vidnosini-mizh-es-ta-ukrainoyu-u-faktakh-ta-cifrakh>
4. Урядовий портал. Режим доступу: URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-viznachiv-plan-zahodiv-z-komunikaciyi-yevrointegraciyi-na-2020-rik>

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

Паустовська Т.І. к. е. н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Половнікова О.Є.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Відомо, що на сучасному етапі розвитку світового господарства підвищення конкурентоспроможності національної економіки можливе лише за рахунок її технологічного переоснащення та підйому наукомістких галузей виробництва, що створюють високу додану вартість. Важливу роль у цьому відіграє трансфер технологій. У сучасній науковій літературі аналізуються різні аспекти науково-технологічної політики. Значну увагу проблемним питанням технологічного розвитку приділяють зарубіжні вчені, експерти міжнародних інституцій, а також вітчизняні вчені, серед яких Андрощук Т.О., Геєць В.М., Дем'яненко В.О., Семиноженко В.П., Федулова Л.І. та інші. Проте, потребують систематизації наукові положення щодо стимулювання трансферу технологій у контексті розвитку систем охорони інтелектуальної власності.

Метою роботи є з'ясування важливого елемента трансформації технологічних укладів в період становлення постіндустріального суспільства.

Матеріали та методи. В даному дослідженні використовуються теоретичні методи аналізу та узагальнюючі методи, за допомогою яких викладено основні форми міжнародного трансферу технологій, розглянута оцінка міжнародної торгівлі високотехнологічними товарами, зроблені висновки.

Результати. Глобальне міжнародне змагання відбувається, перш за все, у сфері створення та трансферу наукоємних технологій. Сьогодні прогресивною вважається тенденція не просто зростання експортного потенціалу, а, перш за все, його «інтелектуалізація», тобто збільшення частки наукоємних високотехнічних товарів у загальній структурі експорту. Поглиблення міжнародного розподілу праці веде до зростання ролі зовнішньоекономічних

інноваційних ресурсів, пов'язаних з міжнародним трансфером технологій, який здатний до певної міри компенсувати нестачу коштів для фінансування науково-технологічного розвитку країни. Зміни в конкурентоспроможності різних країн на світовому ринку складних в технічному відношенні товарів і інших промислових товарів відбуваються паралельно з аналогічними змінами у відносних позиціях країн в галузі розробки і впровадження нових технологій. Тобто існує прямий зв'язок між технологічним прогресом країни та її ринковою конкурентоспроможністю, що дає підставу говорити про технологічну конкурентоспроможність країни або її окремих галузей [1, с. 48].

Об'єктивним свідомством прямого зв'язку між розвитком передових технологій в країні та рівнем її заможності може бути показник частки експорту високотехнологічних товарів в експорті обробної промисловості. Загально визнаною класифікацією високих технологій є класифікація, розроблена в США, яку використовують міжнародні організації для виконання статистичних порівнянь різних країн. В США для ідентифікації нових технологій розроблена класифікація для експорту та імпорту продуктів, що втілюють нову чи лідируючу технологію. Ця класифікаційна система дозволяє дослідити торгівлю продуктами високих технологій у 10 головних технологічних ареалах, до яких належать багато лідируючих продуктів. Виділено такі ареали міжнародного трансферу технологій:

- *Біотехнологія* - медичне та промислове застосування передових генетичних досліджень, спрямованих на створення нових ліків, гормонів та інших лікувальних продуктів для використання у медицині та сільському господарстві.

- *Технології наук про життя людини* - застосування наукових досягнень у медицині (інших ніж біологічних). Наприклад, досягнення медичних технологій у сферах відображення ядерного резонансу, ехокардіографії, найновіших хімічних технологій, пов'язаних з виробництвом ліків, які формують нові продукти, що дозволяють лікувати і попереджувати хвороби.

- *Опто-електроніка* - розвиток електронних продуктів і компонентів, які проводять світло та реагують на нього, наприклад - оптичні сканери, оптичні компакт-диски, сонячні батареї, фотоелементи, лазерні принтери.

- *Комп'ютери і телекомунікація* - розвиток продуктів, що обробляють всезростаючий обсяг інформації за короткий проміжок часу, наприклад - факсимільні машини, апарати телефонної комутації, радари, супутники зв'язку, сервери, комп'ютери та відповідна апаратна периферія, а також програмні продукти.

- *Електроніка* - розвиток електронних компонентів (без опто-електронних компонентів), таких як інтегральні схеми, плати, рідкі кристали та інші подібні компоненти, що дозволяють значно удосконалити і розвинути основні функції, а також мініатюризувати вироби.

- *Комп'ютеризоване виробництво* - розвиток технологій для автоматизації промислового виробництва, наприклад - роботів, машин і апаратів з числовим програмним управлінням, автоматизованих засобів транспортування, що дозволяє значно підвищити гнучкість виробництва і зменшити присутність людини у технологічному процесі.

- *Нові матеріали* - удосконалення і створення матеріалів, таких як напівпровідники, оптичні фібер-кабелі, відео диски тощо, які дозволяють удосконалити застосування інших передових технологій.

- *Аерокосмічні технології* - виробництво більшості військових і цивільних вертольотів, літаків і космічних апаратів (без супутників зв'язку), реактивні авіаційні двигуни, літальні тренажери та автопілоти.

- *Озброєння* - розвиток технологій військового застосування для виробництва звичайного озброєння, ракет, бомб, мін, торпед, ракетних стартових комплексів тощо.

- *Атомні технології* - розвиток обладнання атомних електростанцій, зокрема атомні реактори і їх частини, обладнання для розщеплення ізотопів, виготовлення твелів тощо (обладнання для медичного застосування більше відносять до групи науки про життя людини) [2, с. 345].

Висновки. Все вище проаналізоване свідчить про те, що успішна комерціалізація досягнень науки як об'єктів права інтелектуальної власності можлива лише при прямій взаємодії наукових інституцій і ринку за участі держави за посередництва неприбуткових інституцій, створених нею. Досвід провідних держав світу свідчить, що власне ринкова інфраструктура трансферу технологій має досить складну інституціональну структуру: університетська (науково-дослідна установа) лабораторія; неприбутковий венчурний фонд або неприбуткова консалтингова організація; фірма венчурного капіталу, що фінансує початок виробництва; невелика інноваційна компанія, що одержує основну частину прибутку у перші роки появи нового продукту на ринку.

Зважаючи на викладене, в Україні необхідно здійснити заходи з ліквідації структур, що є «імітаторами інфраструктури» та створення інфраструктури, що сприятиме поширенню нових технологій (ринок консультацій, центри демонстрацій, безприбуткові науково-технічні й консультаційні організації, науково-дослідні консорціуми, центри інтеграції НДДКР). Особливий акцент повинен бути зроблений на обміні науково-технічною інформацією про власні національні розробки [3, с. 141]. Інакше кажучи, потрібне створення високорозвиненої системи горизонтальних інформаційних зв'язків між підприємствами, науково-дослідними організаціями, державою та його відомствами. Останнім часом ряд питань даного напрямку, успішно вирішуються.

Список літератури.

1. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. Харків : Константа, 2019. 272 с.
2. Біла книга. Інтелектуальна власність в інноваційній економіці України / Т.О. Андрощук, В.О. Дем'яненко, І.Б. Жилиєв, Л.В. Сахарова, В.І. Полохало, С.В. Таран (упорядкування). К. : Парламентське вид-во, 2018. 448 с.
3. Федулова Л.І. Технологічний розвиток економіки України. К. : Ін-т економіки та прогнозування, 2019. 627 с.

ГЛОБАЛЬНІ МІСТА – ОСНОВА ЕКОНОМІКО-ПОЛІТИЧНОЇ СВІТОВОЇ СИСТЕМИ

Паустовська Т.І. к. е. н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Чечель В.Т.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В сучасних умовах розвитку економіки, коли формується суспільство з удосконаленою соціальною інфраструктурою, а також активно розвивається технологічний потенціал, відбувається концентрація інформаційних і фінансових потоків у мегаполісах, що робить свій значний вклад у становлення глобальної економіки. Основними структурними елементами такої економіки є фінансово-економічні центри.

Саме тому, нині особливий інтерес становлять не регіони чи держави, а міста, що мають глобальне значення та впливають на планетарну економіку й політику в системі міжнародних відносин.

Метою роботи є простежити переваги глобальних міст, до яких відносять їхню розвинену інфраструктуру, доступність до сфери послуг, вигідні транспортні, політичні та економічні становища, якими активно користуються транснаціональні корпорації (ТНК).

Матеріали та методи. Для цього дослідження будуть використані теоретичні методи аналізу та узагальнюючі методи. Уперше термін «глобальне місто» було вжито 1991 році у праці американського економіста і соціолога Саксія Сассен, далі над цим питанням працювали Мануель Кастельс, американський соціолог, британський геополітик Пітер Тейлор, Пітер Маркузе і Роджен ван Кемпен, у своїх дослідженнях виокремлюють міста, які перебувають в процесі глобалізації, тобто міста, що глобалізуються.

Результати. Глобалізація розглядається як напрям розвитку багатьох міст світу. Активна увага й інтерес до процесу глобалізації та формування глобальних міст вимагає певної структуризації та впорядкування інформації.

Радіус впливу міста поза своїми межами, його інтеграція зі світовими ринками, культурою, технологіями визначає місце міста в ієрархії глобальних міст.

Ієрархічні структури дослідників глобальних міст зазнають змін, оскільки в географічному просторі формуються нові мегаполіси, здатні виконувати економічні та політичні світові функції. Крім того, класифікації глобальних міст, зроблені вченими, різняться між собою залежно від обраних ними індикаторів ранжирування міст. Разом з цим, вони вважають основним індикатором глобального міста наявність у них штаб-квартир ТНК, які значною мірою впливають на світові економічні та політичні процеси, створюючи умови для глобалізації функцій того чи іншого міста. Широкі можливості для транснаціонального адміністрування та посередницькі функції між політикою й бізнесом формують сприятливий інвестиційний клімат у глобальних містах. Саме тому зараз глобальні міста є основою економіко-політичної світової системи. Нині більшість західних учених досліджують зв'язок цих міст через надання ними вищих послуг, в жодному випадку не применшуючи значення фінансової складової [1, с. 48].

На локальному рівні максимальний зв'язок зі світом продемонстрував Київ. Цей зв'язок підтримується через 60 компаній, у той час як з іншими українськими містами Київ підтримує зв'язок через 34 підприємства, що майже вдвічі менше. На підставі перетину локальних або національних потоків слід виокремили ті міста, які є центрами або вузлами мережі міст України. Великі вузли, як правило, завжди є великими містами, що підтверджує даний аналіз. У вузлах доступ до найважливіших комунікацій, послуг значно спрощений. У цих центрах працює найбільша кількість висококваліфікованих фахівців і саме тут перерозподіляється основна частка фінансових потоків. Міста можуть обмінюватися матеріальними потоками або в межах зони впливу регіональних центрів (на локальному та національному рівнях), або в результаті їхньої взаємодії з макровузлами (на глобальному рівні) [2, с. 97].

Отже, Київ, Запоріжжя і Дніпро зарекомендували себе як основні вузлоутворюючі центри національної мережі українських міст. У межах

України на національному рівні найбільш тісно взаємодіють Київ і Дніпро; Дніпро і Кременчук. Це свідчить про значення Києва та Дніпра у формуванні мережі міст України, а також про диспропорції у розвитку економіки країни.

На глобальному рівні розглядаємо зв'язки українських міст з закордонними. Такими чином існує тісна взаємодія Києва за наявності штаб-квартир найбільших компаній з Нью-Йорком, Парижем, Амстердамом. Також із Києвом пов'язують Дюссельдорф, Женева, Токіо, Сеул, Гонконг і Люксембург. Крім того, Київ співпрацює з 12 глобальними і 3 містами, які формуються як глобальні, що ввійшли до рейтингу провідних міст, складеного вченими з університету Лафборо під керівництвом П. Тейлора [2, с. 133].

Висновки. Отже, з'ясовано, що міста-лідери дійсно мають великий вплив на формування світової економіки. Це виражається через пропорційні потоки фінансів та інвестицій з різних країн. Ліквідація диспропорцій у соціально-економічній системі країни нині є одним із ключових завдань регіональної політики, реалізація якого відкриє нові можливості для формування глобальних міст на території України, а також для залучення їх у світову глобальну мережу.

Як показує світова практика, концентрація капіталу, виробничих потужностей та інфраструктури – це єдиний шлях формування конкурентоспроможних структур, здатних адаптуватися до процесів глобалізації у світовій економіці.

Список літератури.

1. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник / І.О. Давидова, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. Харків: Видавництво «Форт», 2018. 175 с.
2. Глобальна економіка : навч. посіб. для студентів зі спеціальностей «Економіка», «Маркетинг», «Облік і оподаткування» / за редакцією проф. С.І. Архієреєва. Харків : Видавництво Іванченка І. С.. 2018. 192 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ СУБ'ЄКТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Рябикіна К.Г., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Рябикіна Н.І.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Шахрай І.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Агропромисловий комплекс України – важливий сектор національної економіки, один із її основних бюджетоутворюючих секторів. Сучасний етап відновлення економіки України вимагає інтенсивного розвитку аграрного виробництва для забезпечення продовольчої безпеки, а також реалізації її конкурентних переваг на світових ринках продовольства. Величезну роль сільське господарство України відіграє і в структурі експорту. Станом на кінець 2019 року агросектор приніс країні майже 40% валютної виручки, демонструючи стабільність упродовж останніх трьох років [1, 2].

Агробізнес – це локомотив української економіки. Україну історично називають житницею Європи, оскільки тут зосереджено близько 25% світових чорноземних ґрунтів, відомих високим рівнем родючості, а виробництво продукції рослинництва є основним напрямом діяльності на усіх етапах розвитку сільського господарства, подальше підвищення ефективності якого не дасть втратити Україні першість найбільшого у світі експортера соняшникової олії та одного із найбільших експортерів зерна [3].

Тому підвищення рівня ефективності виробництва продукції рослинництва та подальша її стабілізація є найважливішими завданнями, від вирішення яких залежить забезпечення належного рівня продовольчої безпеки, насичення ринку власною сільськогосподарською та продовольчою продукцією.

Актуальність досліджуваної теми обумовлена підвищенням економічної ефективності виробництва рослинницької продукції та зростанням економіки галузей рослинництва, що передбачає збільшення виробництва та зростання якості продукції при одночасному зменшенні затрат праці та матеріальних засобів на одиницю продукції. Вирішення проблеми нерозривно пов'язане з подальшою всебічною інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва та має важливе значення для агропромислового комплексу загалом. Науковцями розроблені стратегічні напрями зміцнення сільськогосподарського виробництва в Україні, підвищення економічної ефективності використання земельних, матеріально-технічних і трудових ресурсів, ціноутворення. Однак, обґрунтування пропозицій щодо збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення її ефективності залишається актуальним і надалі та потребує подальших досліджень.

Мета даного дослідження полягає в опрацюванні сутності поняття ефективності виробництва продукції рослинництва, проведенні розрахунків та обґрунтуванні напрямів її підвищення в умовах діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Дніпрянка».

Матеріали та методи. Теоретичною та методологічною основою роботи стали праці вітчизняних і зарубіжних учених, присвячені обґрунтуванню сутності та методів оцінки ефективності діяльності підприємства. У якості інформаційної бази дослідження використані дані Державного комітету статистики України, статистична та бухгалтерська звітність ТОВ «Дніпрянка». Правове поле дослідження склали чинні законодавчі та нормативні документи, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання в Україні.

Для реалізації поставлених задач у роботі використано діалектичний метод, методи аналізу й синтезу, статистичного, системного, кореляційно-регресійного, техніко-економічного, факторного аналізу; економіко-математичного моделювання, абстрактно-логічного підходу тощо.

Для досягнення мети дослідження необхідно уточнити сутність поняття ефективності сільськогосподарського виробництва; проаналізувати сучасний

стан виробництва продукції рослинництва в межах України, Дніпропетровської та Херсонської областей; дослідити економічну ефективність виробництва у ТОВ «Дніпрянка»; визначити фактори впливу на рівень економічної ефективності виробництва продукції рослинництва ТОВ «Дніпрянка»; обґрунтувати шляхи підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва ТОВ «Дніпрянка»; надати пропозиції щодо перспектив розвитку рослинництва у ТОВ «Дніпрянка».

Результати. У результаті досліджень встановлено, що дохід підприємства та рівень його прибутковості залежать від чотирьох головних чинників: обсягу реалізації; структури і собівартості продукції та рівня середніх реалізаційних цін. Це чинники першого порядку. Але кожен з них зазнає впливу інших чинників, які охоплюють практично всі складові і зовнішнього, і внутрішнього економічного середовища.

І теоретично, і практично прибутковість будь-якої господарської одиниці на первинному рівні визначається низкою внутрішніх чинників. Усі вони по-своєму важливі. Але більш-менш точно визначити частку кожного з них у системі внутрішніх чинників практично неможливо, особливо в землеробстві, у якому на продуктивність та ефективність істотно впливають природно-кліматичні умови.

Одним із головних методів, що забезпечують ефективне оцінювання результатів діяльності аграрних підприємств, є метод факторного аналізу.

Під час його проведення доцільно оцінювання здійснювати за двома групами показників – за прибутками та рентабельністю. У процесі їх аналізу вивчаються динаміка, виконання плану прибутку від реалізації продукції та визначаються фактори зміни їх суми.

Прибуток від реалізації продукції в цілому по підприємству залежить від чотирьох факторів: обсягу реалізації продукції; структури продукції; собівартості продукції; рівня середніх реалізаційних цін. Аналіз показав, що найбільший позитивний вплив на збільшення прибутку ТОВ «Дніпрянка» здійснює зміна структури та обсягу реалізованої продукції (2313 тис. грн.). Слід

відмітити і найбільший негативний вплив зміни рівня цін (-4788 тис. грн.) та вплив собівартості (-239 тис. грн.) на загальну суму прибутку.

У ТОВ «Дніпрянка» максимальний вплив на величину рентабельності здійснили ціна (зменшення рентабельності на 17,98%) та собівартість продукції (зменшення рентабельності на 9,86%). Обсяг реалізації справив позитивний вплив на рентабельність звітного року, збільшивши її на 8,69%.

Висновки. Для оцінки ефективності діяльності аграрного підприємства важливим натуральним показником є врожайність сільськогосподарських культур. Найважливішим завданням аграрних підприємств є її підвищення, тому що ефективність використання землі є головним критерієм виробництва. У ТОВ «Дніпрянка» за 2019 рік спостерігається зменшення врожайності порівняно із 2017 роком по пшениці озимій на 40,00%, по ячменю озимому – на 6,90%, по гірчиці – на 14,29%, а порівняно з 2018 роком – по ріпаку озимому на 39,29%

Тому для підвищення урожайності Товариству економічно вигідно упровадити у виробництво посів нової культури – пшениці озимої «Знахідка». Це збільшить його прибуток до 116718,81 тис. грн. лише при реалізації даного сорту пшениці озимої та підвищить рентабельність врожайності до 82,80%. При цьому планується зростання витрат на 20%, що пов'язано із купівлею насіннєвого матеріалу, та збільшенням ціни реалізації зерна у плановому році на 10%. А за рахунок упровадження нового сорту кукурудзи «Бріксо» підприємство отримає прибуток у розмірі 1473,59 тис. грн. При цьому рентабельність становитиме 68,74%. Планується збільшити загальні витрати на 30%, тому що насіннєвий матеріал сояшника дорожчий у порівнянні з насінням озимої пшениці. Ціна реалізації 1т зерна залишиться на такому ж рівні.

ТОВ «Дніпрянка» необхідно звернути увагу на той факт, що українські агротехнічні компанії розробляють сучасні рішення, спрямовані на удосконалення традиційних методів ведення сільського господарства та запроваджують органічне виробництво. Уже сьогодні в сільському господарстві існують нові прийоми роботи, в яких задіяні цифрові і

технологічні інновації, що підвищують його ефективність. Використання дронів та системи GPS-контролю надасть можливість господарству для планування і контролю етапів сільськогосподарського виробництва, а також для хімічної обробки посівів, отримати актуальну та ефективну інформацію про заражені зони посівів, роботу працівників, сільськогосподарської техніки, здійснювати охорону угідь, наносити карти полів, вести облік історії їх обробки, чергування сільськогосподарських культур тощо.

Список літератури.

1. Сільське господарство в Україні. URL: <https://dlf.ua/ua/silske-gospodarstvo-v-ukrayini/#main>.
2. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/state-customs-service>
3. Сільське господарство – сталий розвиток для України. URL: <http://www.sd4ua.org/golovni-temi-stalogo-rozvitku/silske-gospodarstvo>

УДК 331.21

**ПРОПОЗИЦІЇ, ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ МАТЕРІАЛЬНОГО
СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Астаф'єва К.О. к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Аркадьєва В.О.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Останні роки ринок праці Україні зазнав суттєвих змін у розрізі відтоку кваліфікованих кадрів закордон, що обумовлено значною різницею у розмірі оплати праці. Громадяни України незадовільні рівнем матеріального стимулювання і прямують на заробітки у Польщу, Чехію, Німеччину та інші країни ближнього та дальнього зарубіжжя. Для вітчизняної економіки наведена ситуація є несприятливою. В свою чергу виникає низка питань стосовно визначення рівня матеріального стимулювання враховуючи зміни які відбуваються у державі.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження рівня матеріального стимулювання шляхом порівняння темпу росту мінімальної заробітної плати та середньомісячної заробітної плати на ПАТ «Суша Балка».

Матеріали та методи. Кажучи про матеріальне стимулювання персоналу важливим є не просто визначення середньомісячної заробітної плати на ПАТ «Суша Балка» та її динаміку, необхідно виконати порівняння темпу росту мінімальної заробітної плати та середньомісячної заробітної плати на підприємстві. На основі наведено порівняння можна зробити висновок стосовно рівня матеріального заохочення. При визначенні останнього пропонуємо орієнтувати на абсолютне відхилення індексів середньорічної заробітної плати на ПАТ «Суша Балка» та мінімальної заробітної плати. Якщо отримане значення більше нуля – приймаємо «допустимий» рівень матеріального стимулювання, а якщо дорівнює нулю – «задовільний», якщо менше нуля – «незадовільний».

У табл. 1 наведено інформації стосовно зміни мінімальної заробітної плати та середньорічної заробітної плати. Аналіз проведено за 2015-2019 рр.

Таблиця 1.

Зміна заробітної плати за 2015-2019 рр.

Період	Мінімальний обсяг заробітної плати, грн. на міс.	Середньомісячна заробітна плата на ПАТ «Суша Балка», грн
2015 р.		
1 січня	1218	7212
1 вересня	1378	
2016 р.		
1 січня	1378	8031
1 травня	1450	
1 грудня	1600	
2017 р.		
1 січня	3200	10072,5
2018 р.		
1 січня	3722	13029
2019 р.		
1 січня	4173	15447

Складено автором на основі [1].

Відповідно до інформації наведеної у табл. 1 протягом 2015-2019 рр. у Законі України «Про державний бюджет» наведено підвищення мінімальної заробітної плати. У 2015 р. державою було забезпечено зростання мінімального обсягу матеріального стимулювання працівників з 1 січня до 1218 грн. на міс., а з 1 вересня відбулось підвищення останньої на 13,13% відносно початку 2015 р. Протягом 2016 р. регламентовано підвищення мінімальної заробітної плати у три етапи з 1378 до 1600 грн. на міс. (тобто 222 грн. або на 16,11% відносно початку року). У 2017 р. по 2019 р. включно зростання заробітної плати було передбачено лише 1 січня. Разом з тим при порівнянні мінімальної заробітної плати у 2016 р. та 2017 р. констатуємо підвищення останньої на 1600 грн. (або а 100%). Таким чином протягом 2015-2019 рр. мінімальна заробітна плата зростала з 1218 до 4173 грн. на місяць.

В свою чергу середньомісячна заробітна плата на ПАТ «Суха Балка» за 2015-2019 рр. була вища ніж мінімальна величина. Разом з тим ріст середньомісячної заробітної плати на дослідному підприємстві не має такого значеного темпу порівняно з її мінімальним обсягом. Наступним кроком розрахуємо індекси зміни мінімальної заробітної плати та середньомісячної заробітної плати на ПАТ «Суха Балка» за 2015-2019 рр. (рис. 1)



Рис. 1 Індекси зміни мінімальної та середньомісячної заробітної плати на ПАТ «Суха Балка»

Аналізуючи індекси заробітної плати зазначимо, що у 2016 р. темп росту мінімального її обсягу складає 1,16 част. од. У 2017 р. маємо доволі значне підвищення мінімального обсягу заробітної плати (у 2 рази), в свою чергу ПАТ «Суха Балка» забезпечило підвищення середньомісячної заробітної плати лише на 1,25 част. од. Наступні роки маємо невпевнене перевищення індексу середньомісячної заробітної плати ПАТ «Суха Балка» над її мінімальним значенням. Загалом протягом 2015-2019 рр. держава підвищена мінімальний розмір оплати праці більше ніж у 3 рази.

Результати. Виходячи з виконано аналізу зазначимо, що для встановлення рівня матеріального заохочення розраховано абсолютне відхилення між індексами зміни середньомісячної заробітної плати на ПАТ

«Суха Балка» та її мінімальним обсягом. Встановлено, що у 2016-2017 рр. розрахована величина склала (-0,05 част. од) та (-0,75 част. од.), отже рівень матеріального стимулювання є «незадовільний». У наступні два роки ситуація покращується, а саме значення абсолютного відхилення у 2018 р. (+0,13 част. од.), у а 2019 р. (+0,06 част. од.), отже рівень матеріального заохочення є «допустимим». Загалом при порівнянні абсолютних відхилень у 2015 р. та 2019 р. абсолютне відхилення становить (-0,89 част. од.), що вказує на «незадовільний» рівень матеріального заохочення.

Висновки. Було запропоновано методичний підхід, щодо визначення рівня матеріального заохочення персоналу підприємства шляхом розрахунку абсолютного відхилення між індексами середньомісячної заробітної плати на підприємстві та мінімальною платою праці. Запропоновано шкалу визначення рівня матеріального заохочення, яка передбачає наступні рівні: «допустимий», «задовільний» та «незадовільний». Запропонований підхід апробовано на прикладі ПАТ «Суха Балка» за 2015-2019 рр. Визначено, що рівень матеріального заохочення на аналізованому підприємстві відповідає рівню «незадовільний».

Список літератури.

1. Зміна мінімальної заробітної плати / Державна служба статистики України : веб-сайт.URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 25.03.2021).

2. Річна (регулярна) інформація ПАТ «Суха Балка» / Офіційний сайт ПАТ «Суха Балка»: веб-сайт.URL: <http://sukhabalka.com/ru/r-chna-regulyarna-nformats-ya-em-tenta.html> (дата звернення : 25.03.2021).

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Афанасьєв Є.В. д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту і адміністрування, **Афанасьєва М.Г.** к.е.н., старший викладач кафедри вищої математики, **Демченко П.С.**, аспірант, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Стрімке зростання видобутку і споживання залізорудної сировини (ЗРС), посилення нерівномірності розподілу розвіданих її запасів, видобутку і споживання, зниження самозабезпеченості нею багатьох промислово розвинутих країн за рахунок національних джерел, погіршення екологічного стану в гірничовидобувних і переробних центрах неодноразово призводили до кризових ситуацій у забезпеченні сировинними ресурсами металургійного виробництва. Залізорудні підприємства функціонують за умов напруженої конкурентної боротьби, пов'язаної з постійними змінами на ринку ЗРС, які зумовлюють невизначеність і, як наслідок її, виникнення ризику. Тут ризик трактується як економічна категорія, а невизначеність – не лише у розумінні відсутності вичерпних знань, а й як фактор постійної нестабільності умов, трансформації, швидкої і гнучкої переорієнтації виробництва, врахування можливих дій конкурентів, забезпеченості сталого економічного розвитку.

Мета роботи. Вдосконалення теоретико-методичних підходів імітаційного моделювання забезпечення сталого економічного розвитку залізорудних підприємств на основі підвищення ефективності використання їх ресурсно-виробничого потенціалу.

Матеріали та методи. Чисельні проблеми, що сьогодні виникають перед українськими залізорудними підприємствами, можна з певною часткою умовності звести до декількох найбільш глобальних стратегічних, першою з яких є спроможність підприємств до забезпеченості сталого інноваційного

розвитку на основі досить швидкого і з мінімально необхідними витратами реагування на потреби ринку [1, с. 18-19; 2, с. 21-23], тобто бути гнучкими в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Отже, при створенні ефективної виробничої системи залізорудного підприємства, насамперед, необхідно чітко визначити її межі, з'ясувати вплив зовнішнього середовища і сконцентрувати увагу на внутрішніх факторах техніко-економічної системи підприємства. Загальну концепцію процесів перетворення ресурсів на кінцеву продукцію у виробничій системі можна подати наступними основними етапами. Підготовчий (I) – забезпечує операційну систему необхідними ресурсами відповідної якості з мінімальними витратами. Переробний (II) – отримання певної кількості готової залізорудної продукції відповідної якості з мінімальними витратами на її переробку. На цьому етапі менеджерами підприємства концентрується увага на обсягах використання ресурсів (Q_0), а не на їх вартості. У результаті переробки ресурсів відбувається їх перетворення на продукцію (Q_1), що відрізняються від Q_0 величиною доданої вартості процесу переробки. Визначення собівартості (III). На цьому етапі вступає у дію зворотний зв'язок, що забезпечує коригування входу системи відносно формування ресурсів та процесу перетворення. Визначення ціни (IV). На цьому етапі службою маркетингу і збуту визначаються ціни на кожний вид залізорудного продукту. При цьому важливою умовою є повернення витрат та отримання прибутку в результаті реалізації продукції споживачам. На заключному етапі здійснюється оцінка ефективності використання ресурсно-виробничого потенціалу на підставі інтегральних показників результатів діяльності підприємства з урахуванням впливу внутрішнього і конкурентного зовнішнього середовища та прогнозування зміни результатів перетворення ресурсів на кінцеву продукцію.

Результати. Стратегічний менеджмент залізорудного підприємства на основі множин техніко-економічних показників розробляє багатофакторну економіко-математичну імітаційну модель дослідження проблеми сталого економічного розвитку. При цьому, для оцінювання ефективності використання

ресурсно-виробничого потенціалу в процесі виробництва товарної продукції імітаційну модель виробничої системи залізорудного підприємства доцільно будувати на основі встановлених закономірностей перетворень множини характеристик вхідного ресурсного потоку у множину вихідних характеристик кінцевої продукції. Остаточна оцінка ефективності використання ресурсно-виробничого потенціалу здійснюється за інтегральним показником. Імітація можливих змін оцінок ефективності здійснюється шляхом введення в схему загальної концепції процесів перетворення ресурсів контурів зворотних зв'язків. В імітаційній економіко-математичній моделі зазначені процедури реалізуються завдяки прогнозуванню можливих векторів техніко-економічних показників виробничої системи для станів економічного середовища (Θ): $\Theta + 1$, $\Theta + 2$, $\Theta + 3$, ... Розв'язання цього завдання доцільно здійснювати відповідно до алгоритму багатокритеріальної оцінки локальних виходів техніко-економічної системи.

Висновки. Отже, ситуація в гірничовидобувних регіонах досягла критичної точки як в економічній, так і в екологічній сфері. Залізорудні підприємства опинилися у складних умовах щодо ведення виробничо-господарської діяльності. Тому інтенсивні пошуки нетрадиційних напрямів забезпечення їх виживання є єдиним виходом із кризи, що склалася. За цих умов важливого значення набуває розробка (удосконалення) наукових основ і практичних методів забезпечення сталого економічного розвитку на основі інноваційних підходів щодо раціонального використання мінеральних ресурсів. При цьому, технологічна замкнутість виробництва обумовлює специфічний підхід до формування оптимізаційної економіко-виробничої моделі, яка стає основою при розробці принципів управління поточною діяльністю залізорудного підприємства.

Список літератури.

1. Афанасьєв Є.В., Демченко П.С. Окремі концептуальні аспекти щодо врахування економічних ризиків у моделюванні стратегій розвитку залізорудних підприємств. *Збірник наукових праць «Проблеми системного*

підходу в економіці». 2019. Вип. 6 (74). С. 15-20.

2. Yevhen Afanasiev, Serhiy Kapitula, Ihor Afanasiev, Mariia Afanasieva, Pavlo Demchenko. Selected aspects of modeling the process of evaluating business strategies for sustainable economic development of iron ore enterprises. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. 2 (29) (May, 2020, Warsaw, Poland). 2020. С. 18-26.

УДК 338.1

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Афанасьєв Є.В. д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту і адміністрування, **Афанасьєв І.Є.** к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування, **Хамаїлі Акрам** аспірант кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Виходячи із сьогодення тенденцій і перспектив розвитку українських підприємств малого та середнього бізнесу з великою ймовірністю можна прогнозувати доволі непривабливі сценарії для їх підприємницької діяльності як на внутрішньому так і зовнішньому товарних ринках. При цьому, як на нашу думку, останнім часом на цих підприємствах все менше звертається увага бізнесу на проведення наукових досліджень процесів їх діяльності в інвестиційно-інноваційному контексті. Зокрема, не достатньо приділяється уваги окремим важливим маркетинговим аспектам, а саме: поглибленню товарної спеціалізації на основі підвищення якості та конкурентоспроможності продукції в межах оновлення її виробництва; експортним можливостям на основі збутового потенціалу; іміджу підприємства на його цільових ринках, тощо.

Мета роботи. Вдосконалення теоретико-методичних підходів

маркетингового менеджменту в інвестиційній діяльності, спрямованих на підвищення результативності просування продукції підприємств малого та середнього бізнесу на цільових ринках.

Матеріали та методи. Зважаючи на сучасні тенденції перебігу міжнародних економічних взаємовідносин на світовому товарному ринку оцінювання наявного стану та динаміки розвитку економічних систем окремих підприємств малого та середнього бізнесу, здійснювати управління та приймати рішення у їх виробничо-господарській сфері доводиться за умов невизначеності й конфліктності зовнішнього середовища, дії його дестабілізуючих чинників і зумовленими ними ризиків. Тому, стосовно подальшого розвитку методології маркетингового менеджменту в інвестиційній діяльності підприємств малого та середнього бізнесу у контексті підвищення результативності просування продукції на їх цільових ринках на основі інвестиційно-інноваційних рішень, як на нашу думку, доцільним є використання системно-комплексного підходу з урахуванням досвіду міжнародної практики оцінювання інвестицій.

Спираючись на результати досліджень, оприлюднених у працях [1; 2, с. 32-45], враховуючи досвід міжнародної практики, для вирішення питань щодо оцінювання інвестиційних рішень можна сформулювати дві (взаємодоповнюючі) підсистеми показників, де у першій (основній) підсистемі передбачити обов'язкове залучення таких показників: чистого дисконтованого доходу, терміну окупності проекту, внутрішню норму дохідності, індекси дохідності витрат та інвестицій і потребу в додатковому фінансуванні. Призначенням другої підсистеми показників є забезпечення необхідною об'єктивною інформацією для здійснення оперативно-стратегічного моніторингу інвестиційного проекту. Тут можна запропонувати використання оцінок рівнів: беззбитковості, маржинального доходу, запасу фінансової міцності, операційного важелю.

Результати. На першому етапі розгляду інвестиційних рішень стосовно підвищення результативності просування продукції підприємств малого та середнього бізнесу на цільових ринках оцінюються ефективність інвестиційних

проектів за показниками першої (основної) підсистеми, сформованої з показників, які набули широкого використання у міжнародній практиці. Отримання негативних значень цих показників є сигналами-рекомендаціями щодо відхилення проектів від впровадження. За умови отримання прийнятних значень показників основної підсистеми і підсистеми показників, що використовуються для здійснення оперативно-стратегічного моніторингу інвестиційних проектів – проводиться узагальнена комплексна оцінка найбільш перспективних інвестиційних проектів.

Висновки. Отже, удосконалення теоретико-методичних підходів маркетингового менеджменту в інвестиційній діяльності підприємств малого та середнього бізнесу на основі формування комплексної оцінки інвестиційних проектів з урахуванням досвіду міжнародної практики оцінювання інвестицій потребує залучення до цього процесу окремої спеціальної групи показників. На основі отримання кількісних оцінок утвореної підсистеми показників формується необхідна інформація для проведення ефективного оперативно-стратегічного моніторингу результатів реалізації інвестиційних проектів, спрямованих на підвищення результативності просування продукції на цільових ринках підприємства.

Список літератури.

1. Афанасьєв Є.В., Афанасьєв І.Є., Арутюнян А.Р. Маркетинг та менеджмент інвестиційно-інноваційних проектів у контексті стратегії просування продукції залізорудних підприємств. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

2. Маркетинг та менеджмент інвестиційно-інноваційних проектів у контексті стратегічного розвитку виробничо-логістичної системи підприємства», колективна монографія: Актуальні проблеми сучасного менеджменту / Л.М. Варава та ін.; за заг.ред. д-ра екон.наук, проф. Л.М. Варава. Кривий Ріг: Вид. Р.А. Козлов, 2018. 203 с.

**ОКРЕМІ КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ЗАЛІЗОРУДНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Афанасьєв Є.В. д.е.н., професор кафедри менеджменту і адміністрування, **Афанасьєв І.Є.** к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування, **Фертас Наджіб**, аспірант кафедри менеджменту і адміністрування, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В сучасних умовах господарювання підприємства залізорудної галузі України, які у своїй більшості зосереджені в Криворізькому басейні, повинні перш за все належним чином оцінювати свій потенціал, під яким мають на увазі сукупність виробничо-економічних ресурсів і можливостей спрямованих на досягнення цілей господарської діяльності підприємства за умов невизначеності ринкових умов, яка зумовлює ризик втрати його конкурентоспроможності. Проте, щодо ринку залізорудної сировини і мінеральної продукції проблема попередження та усунення (мінімізація) ризиків є особливо гострою та потребує від залізорудних підприємств наявності резервів виробничого, організаційного та фінансового характеру і пов'язана зі зміною кон'юнктури ринку [1, с. 94].

Мета роботи. Вдосконалення процесу комплексного оцінювання конкурентоспроможності ресурсного потенціалу залізорудного підприємства.

Матеріали та методи. Ресурсно-виробничий потенціал є складною системою, тому рівень його ефективності повинен оцінюватися сукупністю показників. Провідне місце належить показникам завантаження елементів виробничого потенціалу. Методичною основою їх визначення є співвідношення результату з масою ресурсу, що використовується на його досягнення. Показники завантаження ресурсів потенціалу повинні давати можливість проводити порівняльну оцінку ефективності використання різних елементів

виробничого потенціалу як окремого підрозділу, так і цілісної виробничої системи, тобто підприємства.

Результати. Торговельно-економічні зв'язки України в останні роки розвиваються в несприятливих умовах політичної недовіри, погіршення кон'юнктури внутрішніх ринків, падіння виробництва, інфляції, взаємних неплатежів тощо. Природно, що інтереси України потребують змінити цю тенденцію, створити «клімат довіри» і ділового партнерства. Також необхідно враховувати, що незважаючи на значний мінерально-сировинний потенціал України, нерозвідані (прогнозовані) ресурси в основній своїй більшості є геологічно більш складними для їх відкриття, важкодоступними для промислового освоєння і менш ефективними у порівнянні з запасами, що експлуатуються. Їх використання потребує масштабних обсягів геологорозвідувальних робіт та інвестицій. Важливим моментом тут є інтенсифікація виробництва, що потребує ефективного використання виробничих потужностей, для характеристики якої використовуються показники, які можна розділити на три групи. До першої відносять комплексні показники віддачі засобів і рентабельності. До другої відносять ті, що описують використання робочої сили та предметів праці, у конструкції яких характеристики засобів праці не використовуються, але вони мають тісну кореляцію із ними (їх називають побічними показниками використання засобів праці). Третю групу складають побічні показники, які ділять на загальні і часткові.

Висновки. Отже, основне завдання даного дослідження, пов'язане з визначенням і оцінкою впливу на ефективність господарської діяльності залізорудного підприємства шляхів використання наявного ресурсно-виробничого потенціалу та розробка методологічної основи для комплексної оцінки його раціональної величини та ефективності використання. Виходячи з усього вище сказаного, можна стверджувати, що у конкурентоспроможному розвитку залізорудного підприємства центральне місце займає ефективне використання ресурсно-виробничого потенціалу, що ґрунтується на врахуванні:

взаємозв'язку та взаємовпливу між усіма складовими вказаного потенціалу; впливу на величину та ефективність його використання широкого спектру внутрішніх і зовнішніх чинників; можливостей оперативного внесення змін до визначених раціональних величин потенціалу та його складових і прийнятті дієвих управлінських рішень спрямованих на вдосконалення господарської діяльності, пов'язаної, зокрема, з диверсифікованим розвитком сировинної бази і конверсією підприємства.

Список літератури.

1. Афанасьєв Є.В., Ткаліченко С.В., Федоренко С.О. Математична база та логіка моделювання й оцінювання економічного ризику конверсії гірничих підприємств. *«Інноваційний розвиток гірничодобувної галузі»*: матеріали II міжнар. наук.-техн. конф., м. Кривий Ріг, 14 груд. 2017 р. Кривий Ріг: Вид. центр ДВНЗ «КНУ», 2017. С. 94.

УДК 339.3

СПИСАННЯ ЗАПАСІВ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ЗАПАСІВ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Бондарчук О. М. к.т.н, доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Єпик О.О.** здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. На сьогоднішній день в умовах ринкової економіки основою всіх виробників є досягнення максимального прибутку підприємства з мінімальними витратами, що в першу чергу є основою забезпечення розвитку підприємства, підвищення його продуктивності праці, технічного переоснащення та модернізації виробництва, вихід на внутрішні та зовнішні ринки та досягнення конкурентних переваг підприємства. А для забезпечення безперебійного ведення діяльності підприємства є формування запаси.

Метою роботи є обґрунтування ефективних методів списання запасів незавершеного виробництва та запасів готової продукції на витрати.

Матеріали та методи. До науковців, які займалися питаннями формування запасів та їх списання за видами відносяться такі роботи вітчизняних та закордонних вчених: Д. Бікулова, Н. Вороня, Н. Діброва, Т. Демченко, В. Корнілова, М. Лінник, В. Міщенко, Ю. Миронова, Л. Мудра, Н. Ткаченко.

Результати. Сфера діяльності кожного підприємства характеризується наявністю запасів підприємства - готової продукції; виробничих запасів та запасів незавершеного виробництва.

В даному дослідженні аналізувалися методи списання запасів готової продукції та запасів незавершеного виробництва. Під запасами незавершеного виробництва розуміють запаси, що перебувають на перехідних стадіях виробничого процесу певного підприємства, які піддаються технологічній обробці, внаслідок чого їх властивості поступово змінюються та з'являються нові види продукції [1].

Якщо говорити про склад незавершеного виробництва то відсутня однакова позиція як в літературі наукового, так і практичного спрямування, адже в нормативних документах, які регулюють облік незавершеного виробництва в Україні не наведено їх складових. Тому рекомендується регламентувати склад незавершеного виробництва на законодавчому рівні шляхом доповнення до П(С)БО9 «Запаси», що включали б вироби, деталі та вузли, які не завершили стадію обробки; оброблена продукція, яка не прийнята відділом технічного контролю та не передана на склад; продукція, що проходить випробування або спеціальну фазу коригування, передбачена із договором замовника; готова продукція, яка не була запакована на місці виробництва, але якщо це передбачено технологічним процесом; деталі на напівфабрикати, які підлягають іншій обробці [2].

Поняття запасів готової продукції характеризує собою товари, що підприємство може в даний час відправити на продаж. Передача готової продукції на склад викликана необхідністю формування партії продукції, складання, маркування, упакування та підготовки супровідних документів на

даний вид продукту. Тому за ринкових умов запаси можуть відігравати роль регулювання ринкового попиту та цін на корпоративні товари.

Списання запасів незавершеного виробництва та запасів готової продукції на підприємстві проводиться із застосуванням [3]:

1. Методу прямого розрахунку.

2. Бухгалтерського обліку (найбільш поширений) – що включає в себе 5 методів оцінки вартості вибуття запасів:

- за ідентифікованими витратами на відповідну одиницю (для незмінних запасів та для спеціальних замовлень);

- за середньозваженою собівартістю (знаходження «середньої» ціни наявних запасів);

- за собівартістю першої на момент отримання запасів (тобто ті запаси, що надійшли першими на підприємство, вибувають першими);

- за нормативними витратами (полягає в регулярному перегляді норм витрат, з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, робочої сили, виробничих потужностей та фіксованих цін);

- за ціною продажу запасу (використовується при вибутті запасів на підприємстві роздрібною торгівлю).

3. Податкового обліку (використовуються всі методи бухгалтерського обліку, але частіше всього методи продажу та ідентифікованої собівартості оцінки запасів).

Висновки. Отже, запаси – є невід’ємною частиною будь-якого підприємства. Кожне підприємство прагне оптимізувати певний вид запасів. Однак слід зазначити, що надлишкові запаси призводять до заморожування оборотних коштів, зменшення ефективності використання оборотних коштів за рахунок збільшення терміну обороту та зменшення кількості оборотів. Крім того, надлишкові запаси готової продукції супроводжуються падінням цін на реалізацію продукції. Тому питання формування оптимального розміру запасів та правильного їх списання є досить актуальним і вимагає дослідження для

кожної окремої підприємницької структури в залежності від специфіки її діяльності.

Список літератури.

1. Маркетингова політика підрозділу. URL: https://pidru4niki.com/77573/marketing/zapasi_nezavershenogo_virobnitstva
2. Супрунова І., Боярський Ю. Незавершене виробництво: оцінка та облікове відображення. Міжнародний збірник наукових праць. № 2 (20). С. 459-460. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4770/1/45.pdf>.
3. Методи списання запасів: розрахунок, бухгалтерський і податковий облік. URL: <http://cons.parus.ua/d.asp?r=03ZEVc9ff63c114e9c4c178e50bd0a19969b9>.

УДК 338.2

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ З ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕННЯ

Бондарчук О.М. к.т.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Царенко А.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Автомобільний транспорт є однією з основних складових транспортної системи України. Він виконує 90% об'єму пасажирських перевезень, 80% вантажних перевезень економіки країни.

При цьому автомобільний транспорт використовують у всіх галузях господарства: за його допомогою здійснюють місцеві, міжміські та міжнародні перевезення промислових і сільськогосподарських вантажів, а також вантажів для торгівлі й будівництва. Автомобільний транспорт тісно пов'язаний з роботою залізничного, авіаційного, морського та річкового транспорту, він є одним із найбільш поширених засобів сполучення на малу віддаль. Широко застосовують і для транспортування вантажів на далеку віддаль, оперативної їх

доставки, зокрема продуктів, що швидко псуються, вантажів, незручних для перевезення іншими видами транспорту [1, 2].

Мета дослідження. Використання автомобільного транспорту завершується у сфері обігу суспільного продукту. На відміну від галузей матеріального виробництва питома вага використання сировини чи напівфабрикатів при перевезеннях не значна. Предметом праці на транспорті є готова продукція різних галузей виробництва, яка потребує переміщення [3].

Калькулювання вартості перевезень є важливим засобом для проведення якісного аналізу витрат транспортних підрозділів підприємств та обґрунтування проведення організаційно-технічних заходів. До вартості перевезень включаються витрати трудових і матеріальних ресурсів, витрати на відтворення транспортних засобів та інші поточні витрати, пов'язані із здійсненням перевезень - безпосередньо обумовлені технологією та організацією процесів перевезень вантажів або пасажирів [4].

Матеріали та методи. Можна виділити такі основні групи витрат підприємства автотранспорту [5]:

Таблиця 1

Класифікація витрат автотранспорту

Класифікаційна ознака	Вид витрат	Сутність витрат
За технологічним призначенням	Основні	Безпосередньо пов'язані з переміщенням вантажів автомобільним транспортом (витрати на основну заробітну плату водіїв з відрахуваннями на соціальне страхування, паливо, мастильні та інші експлуатаційні матеріали, на відновлення і ремонт автомобільних шин, амортизаційні відрахування по рухомому складу)
	Накладні	Пов'язані з підтримкою рухомого складу в експлуатаційному стані (витрати на обслуговування та управління)
За однорідністю ресурсів	Матеріальні витрати	Витрати матеріальних цінностей, які забезпечують технічну експлуатацію автотранспортних засобів
	Витрати на оплату праці	Витрати на оплату праці працівників, які забезпечують технічну експлуатацію автотранспортних засобів
	Відрахування на соціальні заходи	Відрахування на соціальні заходи, розраховані від фонду оплати праці працівників, які забезпечують технічну експлуатацію автотранспортних засобів
	Амортизація	Суми амортизаційних відрахувань на транспортні засоби, які знаходяться в технічній експлуатації

	Інші витрати	Інші витрати, пов'язані з технічною експлуатацією автотранспортних засобів
За статтями витрат	Витрати пального	Витрати паливно-мастильних матеріалів для технічної експлуатації автотранспортних засобів
	Знос автомобільної гуми та акумуляторів	Сума амортизаційних відрахувань на автомобільні шини, що експлуатуються, витрати на їх відновлення
	Ремонт і технічне обслуговування	Сума витрат на проведення ремонту і технічного обслуговування автотранспортних засобів та причепів
	Амортизаційні відрахування	Сума амортизаційних відрахувань на автомобільні шини, що експлуатуються, витрати на їх відновлення

В рамках дослідження розглянули на конкретному прикладі діяльність приватного підприємця з вантажоперевезень. Результати діяльності за три місяці роботи відображені в табл. 2.

Таблиця 2

Витратні та дохідні показники діяльності «ФОП-Царенко» за 2019 року

Показник	вересень	жовтень	листопад	Відхилення	
				ж-в	л-ж
Пробіг автомобіля, км	7200	6800	7400	-400	600
Дохід, тис. грн.	73440	69360	75480	-4080	6120
Витрати на пальне, тис. грн.	30600	28900	31450	-1700	2550
Витрати на мастильні матеріали, тис. грн.	2200	0	2200	-2200	2200
Витрати на ремонт і технічне обслуговування автомобіля, тис. грн.	12000	10000	11000	-2000	1000
Витрати на логістику, тис. грн.	1600	1600	1600	0	0
Сплата податків, тис. грн.	3672	3468	3774	-204	306
Єдиний соціальний внесок, тис. грн.	1100	1100	1100	0	0
Прибуток, тис. грн.	22268	24292	24356	2024	64

Результати. Аналізуючи дані таблиці 2 за період вересень-листопад, видно, що дохід зріс на 2040 тис. грн. або 2,8%. Динаміка доходу підприємства з перевезення залежить від пробігу автомобіля та ціни за 1 км, в даному періоді ціна за 1 км становила 10,20 грн. Витрати на пальне також залежать від пробігу транспортного засобу, витрат пального на 100 км та його ціну, в нашому випадку, витрати пального на 100 км – 17 л, ціна за 1 л пального становила 25 грн. Враховуючи це, ми виявили коливання витрат на пальне - за три місяці вони збільшилися пропорційно доходу на 2,8%, але при цьому витрати пального на 1 км не змінилися і становили 4,25 грн./км. Витрати на мастильні матеріали та логістику залишаються незмінними, хоча витрати на мастило у жовтні відсутні тому що мастило потрібно змінювати кожні 15000 тис. км. Незважаючи на те, що витрати з кожним місяцем підвищуються, ми

спостерігали підвищення прибутку на 9,4% або 2080 тис. грн. за три місяці, що є позитивною тенденцією.

Висновки. Отже, для підприємств автотранспорту також важливим є питання оптимізації витрат. На них слід зосередити особливу увагу, адже витрати є головним внутрішнім об'єктом в процесі управління ефективністю бізнесу. Облік витрат забезпечує отримання інформації, необхідної для оцінювання діяльності шляхом формування фінансових результатів. Для підприємця важливі можливі шляхи зниження витрат, адже високі витрати передбачають зростання ціни перевезень і відповідно гальмують зростання попиту на послуги та стримують розвиток підприємництва в цій галузі.

Список літератури.

1. Босняк М.Г. Вантажні автомобільні перевезення. Київ: Слово, 2010. 408 с.
2. Кость І.П., Будник С.І., Нікіпчук С.В. Організація внутрішніх та міжнародних перевезень пасажирів автомобільним транспортом. Львів: Сполом, 2012. 148 с.
3. Наводворська В. В., Богатчук Д. В. Особливості формування витрат на автотранспортних підприємствах. URL: http://www.rusnauka.com/32_PWMN_2009/Economics/55321.doc.htm
4. Даньків Й.Я., Остап'юк М.Я. Особливості діяльності автотранспортних підприємств та їх вплив на організацію обліку витрат і формування собівартості автотранспортних перевезень. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2014. 133139 с. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2014_1_28
5. Захожай В.Б., Базась М.Ф., Матюха М.М., Базась В.М. Бухгалтерський облік в галузях економіки: підруч. К.: МАУП, 2005. 698 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ АФІЛІЙОВАНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Буркова Л.А., к.е.н., доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Нині в Україні все більше підприємств під впливом економічних і політичних чинників знаходяться у кризовому стані, який створює серйозну небезпеку для їхнього банкрутства. Існуючі методики оцінювання ймовірності настання банкрутства підприємств більш придатні для застосування зовнішніми користувачами. Однак сучасні дослідники наполягають на необхідності урахування зобов'язань перед афілійованими особами під час діагностики фінансового стану підприємства.

Мета роботи. Удосконалити класифікацію афілійованих зобов'язань підприємств з урахуванням їх економічної природи для коректного оцінювання фінансового стану підприємства інсайдерами.

Матеріали та методики. Автори робіт [2; 3] поділяють думку, що за своїм економічним змістом поточні афілійовані зобов'язання є довгостроковими, а у роботі [2] пропонується наступна їх класифікація:

- 1) абсолютно афілійовані зобов'язання (виникають перед підприємствами та повністю контролюються його власниками);
- 2) умовно афілійовані зобов'язання (виникають перед підприємствами та лише частково контролюються власниками цього ж підприємства, або існують інші власники).

Результати. Запропонована автором роботи [2] класифікація афілійованих зобов'язань є не достатньо коректною, адже не ураховує економічну природу афілійованих зобов'язань та ґрунтується тільки на таких критеріях: частка власника у статутному капіталі підприємства та ступінь його контролю за діяльністю підприємства.

Трапляється, що афілійовані особи добровільно відмовляються від повернення їм зобов'язань. Крім того, необхідно враховувати настання термінів погашення зобов'язань перед афілійованими особами та можливість їх пролонгації. Отже, доцільно здійснювати ранжування афілійованих зобов'язань за строками їх погашення.

Викликає сумніви й думка автора роботи [2] відносно малоймовірності того, що афілійовані особи будуть ініціювати порушення справи про банкрутство підприємства.

Черговість задоволення вимог кредиторів встановлена ст. 64 Кодексу України з процедур банкрутства [1]: виділяється шість черг і у четверту чергу задовольняються «вимоги кредиторів, не забезпечені заставою». При цьому в даному випадку, як правило, спочатку погашається заборгованість перед афілійованими особами, а вже потім перед іншими кредиторами підприємства. Тому, навіть якщо афілійовані особи не будуть вимагати погашення заборгованості перед ними, то не гарантовано, що інші кредитори не активізують дії щодо погашення заборгованості перед ними. Варто враховувати й ситуацію, коли афілійованим особам підприємства вигідно ініціювати порушення справи про його банкрутство.

Крім того, у роботі [2] висловлюється думка, що власники підприємства прямо або опосередковано володіють пов'язаними підприємствами, тому погашення цих зобов'язань призводить лише до перерозподілу коштів, але не змінює загальний фінансовий стан групи підприємств. Однак на практиці афілійовані особи можуть не вимагати повернення зобов'язань, вимагати повернути їх частково або у повному обсязі, тому враховувати політику пов'язаних підприємств необхідно.

З урахуванням вищенаведеного пропонуємо наступну класифікацію афілійованих зобов'язань:

- I. За ознакою повернення:
 1. Безповоротні афілійовані зобов'язання.
 2. Поворотні афілійовані зобов'язання.

2.1. Повністю поворотні афілійовані зобов'язання (із застосуванням встановленого до них відповідного коефіцієнту дисконтування).

2.3. Частково поворотні афілійовані зобов'язання (із застосуванням встановленого до них відповідного коефіцієнту дисконтування).

II. За термінами повернення:

1. Поточні афілійовані зобов'язання.

2. Поточні афілійовані зобов'язання, пролонговані до довгострокових зобов'язань.

Висновки. Запропонована класифікація афілійованих зобов'язань дозволить здійснювати коректну оцінку ймовірності настання банкрутства підприємств. При цьому необхідно враховувати тільки ту їх частину, яка потребує повернення, а зі складу поточних афілійованих зобов'язань виключати ту їх частку, яка була пролонгована до довгострокових зобов'язань. Щодо термів повернення афілійованих зобов'язань, то вони можуть бути як збільшені, так і зменшені, що впливає із черговості їх повернення.

Список літератури.

1. Кодекс України з процедур банкрутства від 18.10.2018 р. №2597-VIII (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#n1031>

2. Іщенко М.І. Теорія оцінки фінансово-економічних результатів діяльності промислових підприємств : монографія / Микола Іванович Іщенко; Криворізький національний університет. Кривий Ріг: Р. А. Козлов, 2014. 422 с.

3. Нусінова О.В. Основи оцінки економічної безпеки підприємств: теоретичні та практичні аспекти: монографія / О. В. Нусінова. К.: ТОВ «ПанТот», 2012. 412 с.

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В БУДІВНИЦТВІ

Кадол Л.В. к.т.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Кадол О.М.** к.іст.н., доцент кафедри професійної та соціально-гуманітарної освіти, **Кравчук Л.М.**, старший викладач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Загальновідомо, що використання вторинної сировини, втілення технологій ресурсозбереження, безвідходне виробництво надає можливість значно знизити витрати на енергоносії підприємств різних форм власності, що є досить наболілим та актуальним питанням і надасть можливість значно підвищити рівень їх конкурентоздатності.

Будівельна галузь відноситься до галузі народного господарства, що споживає велику частку природних сировинних ресурсів країни та значну частину продукції ряду інших галузей промисловості. Так у будівництві споживається 20-32% загальнонаціонального виробництва сталі, 17-34% алюмінію, 20-25% пластмас, 20-25% дерева.

Мета роботи. Виявити історичні передумови та перспективи сучасного стану використання ресурсів в будівництві.

Матеріали та методи. Ґрунтується на застосуванні комплексного методу досліджень, основу якого складає наукове положення про єдність частини і цілого, одиничного і загального, базується на цілісності та зв'язку явищ. Основні методи нашого дослідження це – історичний метод вивчення передумов використання матеріальних ресурсів; методи статистики та узагальнення при дослідженні особливостей стану та можливостей використання відходів промисловості в будівництві.

Результати. Напрямок ресурсозбереження та застосування безвідходного виробництва активно розвивається та набирає популярності в усьому світі. Все

більше людство усвідомлює необхідність раціонального використання вичерпних ресурсів та застосування безвідходних виробництв. Розвиваються новітні сучасні екологічні напрями, які тісно пов'язані з ресурсозбереженням, отримали подальший розвиток «зелені» технології та альтернативна енергетика.

Людство пройшло чималий шлях погляду на матеріальні ресурси, на розуміння їх цінності на вичерпності - від відсутності впливу на навколишнє середовище та відсутності ресурсозберігаючих технологій в доісторичний період розвитку людства до розуміння мінімізації використання вичерпних ресурсів в теперішній час, коли дематеріалізація виробництва - матеріальні потоки змінюють інформаційні та активно впливають на зміни у довкіллі [1].

Подальший економічний розвиток будівельної галузі в ринкових умовах господарювання, в умовах посилення конкурентної боротьби, високого енерго- та ресурсо - витратного споживання, потребує запровадження політики ресурсо збереження та застосування безвідходних технологій. Особливо це стосується мінеральної сировини та енергоносіїв, які займають значну, все більш збільшуючи питому вагу в собівартості продукції та кошторисній вартості будівельних робіт.

Загальновідомо, що зниження матеріаломісткості будівництва, як за обсягом на одиницю будівельної продукції, так і за номенклатурою матеріалів і виробів, що застосовуються, робить істотний вплив на економіку народного господарства в цілому.

Таким чином, сучасний стан будівельної галузі потребує принципово новий підхід до використання своїх матеріальних ресурсів. Напрямки досліджень науковців та стратегія на державному на регіональному рівнях державна повинні бути направлені на економічне, комплексне використання природних ресурсів, в напрямку утилізації відходів діяльності підприємств та життєдіяльності людей в руслі вторинного використання сировини, що дасть можливість ініціювати економічне зростання будівельної галузі.

Політика Міністерства розвитку громад і територій і направлена в руслі використання нових типів прогресивних конструкцій, технологій та виробів і

матеріалів, використання енерго - та ресурсозберігаючих технологій, використання вторинних сировинних ресурсів та безвідходних технологій.

Висновки. Вирішення важливої проблеми ресурсозбереження ставить перед суб'єктами господарювання конкретні цілі щодо необхідності планування й упровадження інноваційних заходів, що націлені на підвищення якості праці (продуктивності праці) та на забезпечення використання вторинної сировини. На такі заходи підприємствам потрібно направляти значну частину власного капіталу, тому що капітальні витрати на ресурсозбереження мають найвищий рівень ефективності (0,25 – 0,5) і термін окупності таких проектів сягатиме від 2 до 4 років [2, с.178].

Список літератури.

1. Ляшенко І.О. Особливості та перспективи розвитку ресурсозбереження в Україні. *Ефективна економіка*: електрон. фахове вид. 2012. Вип.№11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1537> (дата звернення 19.03.2021).

2. Оліферук С.Л. Методологічні підходи до вирішення задач ресурсозбереження і ресурсовіддачі у будівництві. *Економіка промисловості*. 2006.(№3). С.176-179.

УДК 69.003

ЕКОНОМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ МІСТОБУДІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кадол Л.В. к.т.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Кадол О.М.** к. іст. н., доцент кафедри професійної та соціально- гуманітарної освіти, **Кравчук Л.М.**, старший викладач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Міста завжди були історичним фактором розвитку цивілізації та значно впливали та корегували економіку держави. Вони завжди були політичними центрами (функціонування органів влади), соціально -

культурними (розвиток науки та мистецтва) та центрами технічного розвитку. Такі історичні чинники активно сприяли виникненню концентрації в них фінансових ресурсів та формуванню різноманітних соціально – економічних інститутів - банки, страхові компанії та ін.

Враховуючи значення міст в економічному, соціальному та політичному розвитку країн, все більшого значення набуває розуміння та управління економікою міста. А в сучасний час, в час прискореного розвитку науково – технічного прогресу, вивчення нормативної бази, економічних законів управління містом, дозволить ефективніше вирішувати безліч задач, пов'язаних з проектуванням, будівництвом міста, питаннями експлуатації та функціонування міської території та питань ефективності інвестування в містобудівельні рішення.

Тому дослідження теорії та практики управління та планування міського господарства – одна із актуальних та важливих задач.

Мета роботи. Виявити нормативну базу та перспективи сучасного стану містобудівельної діяльності.

Матеріали та методи. Дослідження методів і форм управління містом ґрунтується на застосуванні комплексного методу досліджень, основу якого складає наукове положення про єдність частини і цілого, одиничного і загального, базується на цілісності та зв'язку явищ. Основні методи нашого дослідження це – історичний метод вивчення передумов сучасного стану форм та методів управління містом; методи експериментального проектування при формуванні напрямків сучасного моніторингу реалізації проектів у містобудуванні.

Результати. Загальні правові основи, що регулюють економічні питання в галузі містобудування, закладені в Україні ще конституційними положеннями, а часткові встановлюються безліччю нормативних вимог і документів, які представляють собою офіційні видання в галузі будівництва і містобудівництва станом до 2021 року.

До них відноситься і системи норм і правил серії ДБН (Державні будівельні нормативи), серед яких в першу чергу ДБН Б.2.2-12 2019 року «Планування і забудова територій», який поширюється на планування і забудову територій населених пунктів та міжселенних територій на державному, регіональному та місцевому рівні [1].

Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» із змінами і доповненнями від 24 липня 2020 року також відноситься до основних містобудівельних законів [2].

Надамо перелік основних вимог, що приведуть до ефективності містобудівельних рішень - здійснення переходу до геоінформаційного моделювання та прогнозування розвитку територій на основі принципів та моделей просторового аналізу; ☐запровадження механізмів державної фінансової підтримки розроблення документації з просторового планування (містобудівної документації) на місцевому рівні; ☐забезпечення практичної реалізації принципу ієрархічності документації з просторового планування (містобудівної документації) (документація нижчого рівня має враховувати вимоги документації вищого рівня); ☐забезпечення гармонізації документації з просторового планування (містобудівної документації) регіонального та державного рівнів між собою за принципом протитоку (необхідність прийняття проектних рішень на нижчому рівні розглядається як підстава для внесення відповідних змін до документації з просторового планування вищого рівня і навпаки); ☐встановлення обов'язків замовника документації з просторового планування (містобудівної документації) узгоджувати планування територій на межі територіальних громад та розміщення об'єктів будівництва, що здійснюватимуть вплив на суміжну територіальну громаду, з органами місцевого самоврядування, що представляють інтереси суміжних територіальних громад; ☐впровадження на місцевому рівні місцевих правила регулювання забудови як нормативно - правові актів органів місцевого самоврядування; ☐запровадження обов'язкового врахування вимог та заходів, передбачених документацією з просторового планування (містобудівною

документацією), при розробленні та реалізації програм соціально-економічного розвитку; передбачення чітких етапів реалізації проектних рішень документації з просторового планування (містобудівної документації), їх комплексність, черговість та заборону реалізації наступних етапів до виконання попередніх (зокрема, будівництво соціальних об'єктів та об'єктів інженерної, транспортної інфраструктури має бути узгоджене з будівництвом багатоквартирної та багатоповерхової забудови); встановлення обов'язковості здійснення експертизи всіх видів документації з просторового планування (містобудівної документації); виключення документацію з просторового планування (містобудівну документацію) з об'єктів авторського права; визначення на законодавчому рівні порядку притягнення до відповідальності та види відповідальності посадових осіб органів публічної влади за прийняття неправомірних рішень, що порушують містобудівне законодавство, а також за порушення документації з просторового планування (містобудівної документації); передбачення механізмів усунення негативних наслідків та порушень, спричинених такими неправомірними рішеннями та порушенням документації з містобудування.

Висновки. Так як містобудівна діяльність в перспективі буде здійснюватися на тлі таких системних викликів: посилення глобальної конкуренції; нова хвиля технологічних змін, що посилює роль інновацій; потрібно наголошувати про необхідність переорієнтації фінансування з бюджетного на інвестиційне.

Список літератури.

1. ДБН Б.2.2-12 2019 року «Планування і забудова територій» [Чинний від 2019-10-01]. Вид. офіц. Київ: Мінрегіон України, 2019. 177 с.
2. Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» із змінами і доповненнями від 24 липня 2020 року. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T113038?an=1332> (дата звернення 28.03.2021).

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЗАКОРДОННОЇ НОРМАТИВНОЇ БАЗИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В БУДІВНИЦТВІ З ВІТЧИЗНЯНОЮ

Кадол Л.В. к.т.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Федоренко Т.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Для визначення вартості будівництва використовується нормативна база, яка застосовується не тільки в Україні, але і за кордоном. Основою кошторисно – нормативної бази є кошторисна норма, тобто витрати ресурсів – витрати часу робіт робітників, витрати часу роботи механізмів та машин та витрати матеріалів та конструкцій. Кошторисна норма виконує одну із головних задач – визначає обсяг ресурсів, необхідний для виконання визначених будівельних робіт, при тому, що ресурси повинні бути мінімальними, але достатніми для виконання цих робіт якісно згідно технології та проекту. Кошторисна норма не залежить від інфляції, що значно підвищує точність розрахунків.

Визначення вартості впровадження інвестиційних проектів в будівництві на всіх етапах є одним із актуальних питань в процесі їх реалізації.

Тому дослідження ціноутворення в будівництві – одна із актуальних та важливих задач.

Мета роботи. Виконати порівняльний аналіз закордонної нормативної бази ціноутворення в будівництві з вітчизняною.

Матеріали та методи. Виконання порівняльного аналізу закордонної нормативної бази ціноутворення в будівництві з вітчизняною ґрунтується на застосуванні комплексного методу досліджень, основу якого складає наукове положення про єдність частини і цілого, одиничного і загального, базується на цілісності та зв'язку явищ.

Результати. Зрозуміло, що ціноутворення в будівництві різних країн мало і має свої особливості. Розглянемо порівняльну характеристику систем

ціноутворення на прикладах України, Європи (на прикладі Німеччини) та США та інформацію зведемо в табл. 1.

Згідно вітчизняного законодавства кошторисна вартість та договірна ціна є основою для фінансування проекту будівництва, визначення суми капітальних вкладень та економічного ефекту від різного плану заходів техніко-технологічних та організаційних скорочення термінів будівництва.

В Німеччині формування проектно – кошторисної документації базується не на єдиних для всієї країни нормативах, а на базі іншого принципу - специфічних, індивідуальних показниках підприємства. Тобто кошториси мають більше характер бухгалтерської документації, їх формує не замовник та підрядник, а економісти та бухгалтера. Перегляд же німецьких нормативів постійний та цілісний – одна розцінка пов’язана з іншою. Правове регулювання будівельної діяльності в Німеччині, яка має безліч тотожних рис за основними етапами будівельної діяльності, що пов’язано з державним регулюванням будівництва. До основних потрібно віднести BauGB (Будівельний Кодекс) та Musterbauordnung (Типовий закон про будівництво).

В США з 1942 року діє система визначення основних показників вартості будівництва, в основі якої щорічні збірники будівельних розцінок національної корпорації R.S. Means Co. Incorporated Ltd, які мають середньо американські. В тому числі укрупненні вартісні показники.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика систем ціноутворення на Україні, Європи (на прикладі Німеччини) та США [1]

Україна	Європа (на прикладі Германії)	США
1	2	3
По ступені усереднення та диференціації		
Норми усередненні та узагальненні для зручності застосування	Досить висока ступінь диференціації, усереднення зведено до мінімуму	
По принципам формування		
Зміни в нормативи можливо внести тільки при обґрунтуванні науково – дослідними організаціями та	Нормативи в Німеччині постійно оновлюються з врахуванням сучасних вимог, утворюються нормативи	Затверджено збірники розцінок (існує 15 збірників з більше ніж 165 тис. розцінок, але вони не мають

перевірені практично	середнього рівня, а потім укрупненні	директивного характеру
По стабільності та гнучкості		
База розцінок переглядається Мін регіоном та вносяться корегування за ресурсами за планом розробки кошторисних нормативів	Нормативи переглядаються з врахуванням змін цін та тарифів один раз в квартал. Повний перегляд – щорічно	Щорічний перегляд нормативів, з врахуванням зовнішнього ринку та господарської діяльності
За ступенем інфоормативності		
Нормативи досить чітко, інколи коротко, надають конкретні дані щодо матеріальних витрат, інформації щодо механізмів, тощо	Нормативи Німеччини мають більш розширену інформацію, ніж норми України –містять інформацію о сортності. Якості, ілюстрації параметрів конструктивів	Нормативи надають інформацію о складі ланки робітників, норми виробітки, характеристики будівельних конструкцій
По видам нормативів затрат		
Діють ряд нормативів на будівельні машини та механізми - ресурсні кошторисні норми експлуатації будівельних машин та механізмів (ДСТУ Б Д.2.7-1:2012) та більше ніж 24 тис. позицій будівельних матеріалів та біля 35 тис. позицій актуалізованих прескурентів цін	Регламент формування кошторисної вартості відсутній, але існують стандарти Bill of quantities , що визначають порядок ормування кошторисів. Затверджені загальні методологічні положення, елементні кошторисні норми Німеччини.	Існує Збірник будівельних цін, в тому числі середні норми тривалості будівництва: - Building Codes; - Standard
За видами затрат, що входять в кошторисну вартість		
Прямі витрати, додаткові витрати, прибуток, адміністративні витрати, податки	Проектні роботи, вартість БМР, вартість обладнання, надзвичайні витрати, інші витрати	Вартість проектних робіт, вартість об'єкта будівництва, вартість обладнання, непередбачувальні витрати, іздержки фінансування, лімітіруємі витрати

Регулювання відносин в будівельному секторі економіки США з 195 року базується на Building Codes («Будівельні норми») та Standard («Стандарти») – рекомендації, які визначають взаємовідносини між суб'єктами інвестиційної діяльності - замовником, підрядником та місцевою властю. Підхід формування інвесторської документації США базується на принципі розмеження вартості об'єкту на стадії проектування і вартості цього ж об'єкту на стадії реалізації проекту. Але формування інвесторської документації на всіх стадіях впровадження інвестиційного проекту в будівництві характерно і для української нормативно – правової бази будівництва.

Цікава економіка Китайської Народної Республіки. Основні риси правових відносин в будівництві – це реформа ціноутворення – введено 3 рівня цін: тверді державні, рухливі договірні та вільні ринкові), політика «відкритих дверей», за допомогою якої залучається капітал закордонних інвесторів через вільні економічні зони.

Окрім того в Китаї введено гарантовані ціни, проведено зміцнення реформи системи замовлень по договірним цінам, що підтримало підтримку відповідності індексів закупівельних цін на продукцію та засоби виробництва.

Висновки. Потрібно відмітити, що нормативні бази формування кошторисної документації різних країн мають свої індивідуальні особливості побудови. Використання, перегляду та затвердження. Кожна система кошторисних нормативів базується на політиці своєю країни.

Розглянув нормативно – правову базу формування кошторисної документації можливо зробити висновок, що розвиток та вдосконалення нормативно – правової бази формування інвесторської документації України повинна враховувати всі передові технології інших країн.

Список літератури.

1. Шайдурова Е.В., Петренева О.В. Сравнение систем ценообразования в строительстве в России, Европе, США и Китае. *Пермский национальный исследовательский политехнический университет*. Пермь / *Електронний ресурс*. URL: <https://docplayer.ru/56964147-Sravnenie-sistem-cenoobrazovaniya-v-stroitelstve-v-rossii-evrope-ssha-i-kitae.html>

2. З 1 січня вступили в дію нові правила будівництва // *Електронний ресурс* URL: https://propertytimes.com.ua/novosti/z_1_sichnya_vstupili_v_diyu_novi_pravila_budivnitstva_v

3. Про основні зміни та нововведення в ДБН // Міністерство розвитку громад та територій України: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.minregion.gov.ua/press/news/pro-osnovni-zmini-ta-novovvedennya-v-dbn>

РЕЗЕРВИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПОТУЖНОСТІ ВИДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ковальчук В.А. д.т.н., професор кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Ковальчук Т.М.** к.т.н., доцент кафедри вищої математики, **Гусейнов М.Е.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Основним джерелом надходження коштів до бюджету є діяльність видобувних підприємств гірничо-металургійного комплексу України. В умовах жорсткої конкуренції на ринках залізорудної сировини, яка зумовлює й мінливість її попиту, ефективне використання виробничих потужностей видобувних підприємств стає проблематичним і на сьогодні складає близько 80%. Переобтяженість таких підприємств основними засобами, більшість з яких зношена на 20-70%, та інерційність технологій видобутку та переробки залізних руд, потребує пошуку організаційно-технічних, технологічних та економічних важелів, спрямованих на підвищення рівня використання активної частини потужнісних ресурсів.

При вирішенні зазначеної проблеми виникають питання, що пов'язані з виявленням резервів використання фактичної потужності та оцінкою її рівня. На сьогоднішній день актуальним стає не стільки питання підвищення потужності за кількісною ознакою її складових (устаткування, машини, площі тощо), а ефективне використання існуючих можливостей підприємства.

Мета роботи. Метою роботи є структурування чинників впливу на виробничу потужність гірничо-видобувного підприємства, що дає можливість оцінити резерви підвищення рівня її використання.

Матеріали та методи. Основними з чинників підвищення організаційно-технічного та технологічного рівня використання потужності видобувного підприємства є:

вдосконалення структури парку гірничотранспортного і збагачувального устаткування та його кількості;

організація планово-попереджувальних ремонтів основних засобів на підприємстві;

перегляд існуючої системи технологічного планування та ресурсного забезпечення;

удосконалення режиму роботи підприємства та його підрозділів.

Вищезазначені заходи не завжди можуть бути цілком реалізовані на підприємстві з огляду на специфіку їх функціонування. Більше того, навіть реалізація деяких з них, може сприяти підвищенню рівня використання виробничих потужностей. До заходів, що підлягають першочерговій реалізації, можна віднести:

підвищення завантаженості устаткування на принципах пропорційності роботи як його окремих виробів, так і технологічних ланок;

підвищення ступеня використання інвентарного парку технологічного устаткування при експлуатації мінерально-сировинної бази;

зменшення середнього віку технологічного устаткування шляхом його оновлення та відновлення, що впливає на його технічну готовність.

Окрему складову потужнісних ресурсів визначають ступінь забезпеченості запасами корисної копалини та її якість. Щодо режиму роботи технологічних ланок підприємства, то тут можна виділити такі ефективні важелі як використання фонду робочого часу і змінність роботи устаткування.

Результати. Величину та рівень використання виробничої потужності опосередковано визначають різними показниками, які так або інакше спрямовані на оцінку техніко-економічного рівня виробництва. Окрім цього, оцінюють й економічний рівень виробництва в цілому як інтегральний показник, рівень продукції та організаційно-технічний рівень виробництва. Таке розкидання методик та показників потребує створення їх певної класифікації саме для гірничо-видобувних підприємств з урахуванням специфіки їх функціонування.

Висновки. Зважаючи на обмеженість власних коштів та розгалужену інфраструктуру виробництва, на теперішній час не можливо здійснювати а ні широке технічне переозброєння, а ні реконструкцію та екстенсивне розширення. Тому використання переважно організаційних важелів забезпечення планової виробничої потужності є найбільш перспективним. Упорядкування значущих факторів дозволить встановити резерви організаційно-технічного та технологічного характеру підвищення рівня використання виробничої потужності видобувного підприємства.

Список літератури.

1. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.

УДК 659:123

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Короленко О.Б. к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Тхоренко Д.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Погіршення економічної та політичної ситуації в країні, зростання інфляції та зростання рівня безробіття призводять до погіршення фінансового стану підприємств. Без належної системи управління ситуація щодо можливості існування підприємства на ринку за таких складних обставин є критичною. Тому існує потреба у використанні системи антикризових заходів, які дозволяють утримувати ринкову позицію та переносити «важкі дні» для підприємства.

Мета роботи. Антикризове управління є одним із засобів розвитку підприємств, що дозволяє ефективно реагувати на зміни, що загрожують їх нормальному функціонуванню. Однак на багатьох підприємствах бракує

послідовної антикризової стратегії, спрямованої на забезпечення стабільного та успішного здійснення фінансово-господарської діяльності. Ефективне використання заходів антикризового управління може збільшити обсяги виробництва, стабілізувати фінансові надходження, покращити стан дебіторської заборгованості та забезпечити життєздатність підприємств у складних економічних ситуаціях.

Матеріали та методи. Антикризове управління підприємством слід розглядати як одну із специфічних систем контролю, пов'язану з управлінням фінансово-господарською діяльністю підприємства, його фінансовою стійкістю та платоспроможністю. Це безперервний процес виявлення ознак кризових явищ та запобігання їх поширенню та застою розвитку підприємства, що здійснюється протягом усього періоду його функціонування [1]. Існують різні підходи до впровадження антикризового управління у діяльність підприємств. В управлінській діяльності завжди є ризик, оскільки соціально-економічна система розвивається, динамічно змінюється зовнішнє середовище. Будь-яке управління організацією має бути антикризовим.

Процес антикризового управління є циклічним: діагностика - маркетинг - планування - управлінське рішення - організація його реалізації - мотивація - облік результатів - контроль - діагностика тощо до повного виходу компанії з кризи. На наш погляд, використання антикризових заходів необхідно на кожному етапі та життєвому циклі підприємства. Проаналізувавши роботу вітчизняних та зарубіжних вчених, зазначимо, що вони характеризують кілька етапів життєвого циклу підприємства: створення нового підприємства, розширення, професіоналізм, консолідація, диверсифікація, інтеграція, занепад та оновлення [2].

Завжди можна запобігти кризі, якщо вона встановлена достроково або якщо є запропоновані та застосовані на практиці заходи, які своєчасно приведуть компанію до належного рівня розвитку, не допустять спаду виробництва. Важливо вести облік фінансового стану компанії з урахуванням щоквартальних змін. Постійний моніторинг ситуації дозволить ідентифікувати

ранні прояви кризи та підтримувати фінансову стабільність вчасно, що забезпечує успішне функціонування компанії на ринку.

Головною метою антикризового управління є досягнення стабільно високих фінансових результатів, розширення сегмента ринку та забезпечення стабільної позиції на ньому. Застосування антикризових заходів унеможливорює появу фінансових проблем, зменшує ризики банкрутства та ліквідації компанії, узгоджує управлінські рішення з практичними діями, полегшує пристосування до ринкового середовища та доступу до нових ринків, обґрунтовує пріоритет проблем, забезпечує вдосконалення кризових операцій з мінімізацією витрат [3].

Результати. Слід зазначити, що процеси антикризового управління повинні здійснюватися безперервно, не перериваючи практичних дій та досліджень, оскільки банкрутство підприємства не є миттєвим явищем, воно з'являється і розвивається поступово. Впровадження антикризових заходів повинно здійснюватися комплексно. Компанія має чотири основних етапи свого життєвого циклу: створення, підйом, зрілість та банкрутство (реорганізація).

Висновки. Ми вважаємо за необхідне застосовувати антикризові заходи на кожному етапі життєвого циклу підприємства. Етап створення підприємства повинен забезпечувати чітко визначену стратегію поступового просування продукту на ринку, а також стратегію ціноутворення та комунікації. На етапі підйому компанії для попередження кризової ситуації необхідне використання ефективної та професійної системи управління з необхідністю залучення кваліфікованих фахівців. На етапі зрілості метою використання антикризових заходів є стабілізація ситуації та запобігання скороченню сегмента ринку. Етап реорганізації або банкрутства характеризується використанням заходів, спрямованих на оптимізацію бюджетування, у разі необхідності оренди непотрібного приміщення, продажу окремих будівель тощо, або якнайбільшого продажу компанії та отримання як мінімум певний прибуток.

Перспективами подальших досліджень у цій галузі – дослідження впливу

вищезазначених антикризових заходів на кожному етапі життєвого циклу на зміну кінцевого фінансового результату підприємства.

Список літератури.

1. Коваленко В.В. Антикризове фінансове управління у системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання : монографія. Одеса, 2013. 381 с.

2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Київ: КНТЕУ, 2004. 580 с.

3. Склабінська А.І. Формування та реалізація політики антикризового управління підприємством при загрозі банкрутства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2005. № 6. Т. 2. С. 194—197.

УДК 338.22

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ У УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Кутова Н.Г., к.е.н., старший викладач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Клименко К.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Пандемія, зумовлена вірусом COVID-19, призвела до економічних втрат, людських жертв, суттєвих соціально-культурних обмежень та кардинально змінила економічний розвиток. Виходячи з цього, важко спрогнозувати на короткострокову перспективу, а тим паче на довгострокову, остаточні людські та економічні втрати, але можна розглянути прогнози окремих економічних процесів та розробити заходи подолання негативних наслідків пандемії. Це дасть змогу оцінити перспективи розвитку та перебігу економічних процесів під впливом світової пандемії COVID-19 з урахуванням впливу науково-технічних, інформаційно-психологічних і соціальних чинників.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження компонент глобальної кризи під впливом світової пандемії с з урахуванням різноманітних факторів

Матеріали та методи. Дослідженню проблеми поширення COVID-19 присвятили свої праці провідні економічні експерти, соціологи та політологи, міністри та інші провідні фахівці, зокрема А. Гурріа, К. Лагард, Р. Хатт, І. Петрашко, А. Пустова, В. Медчук, А. Амелін, А. Блінов, В. Каценельсон, Я. Лаврик, Д. Монін та ін. [1].

Тренди світової економіки значно змінилися під впливом жорстких карантинних заходів, скорочення виробництва, обмеженні міграційних процесів тощо. Дистанційний режим роботи працівників організацій негативно позначився на фінансовому становищі підприємств, їх працівників, що пов'язано з порушеннями деяких роботодавців умов трудових договорів через зловживання та порушення, відпустки за «свій рахунок», вимагання звільнення за власних бажанням тощо. В той же час, пандемія ймовірно змінить глобальне розуміння праці, більшість людей почнуть працювати на відстані, більш активізується бізнес в інтернеті, а також компанії будуть залучати до робочого процесу штучний інтелект та робототехніку. Приблизно половини працівників, що мають низький рівень оплати праці, скоріш за всього вимушені будуть отримувати нові вміння та навички, щоб знайти нове робоче місце.

Із-за пандемії COVID-19 в 2020 році державні борги всіх країн світу збільшилися на 24 трлн. доларів, про це свідчать дослідження Інституту міжнародних фінансів та говорить про збільшення державних витрат через боротьбу з глобальною фінансовою кризою.

Економіка України в останній час нестабільна та залежить від світових тенденцій, що призведе до зниження ВВП.

Результати. Особливо це похитнуло фінансово-економічний стан України, економіка якої в останні роки і так є нестабільною і залежною від світових тенденцій, політичних подій і настроїв населення. Карантинні обмеження призвели до спаду української економіки на 11,4%. Відповідно до попередньої оцінки Державної служби статистики, у II кварталі 2020 року спад реального ВВП України становив 11,4%. Саме на другий квартал припали активні карантинні обмеження, що суттєво обмежили транзакції та випуск у

економіці. Для порівняння, економіка ЄС у II кварталі зафіксувала спад на 14,1% [2].

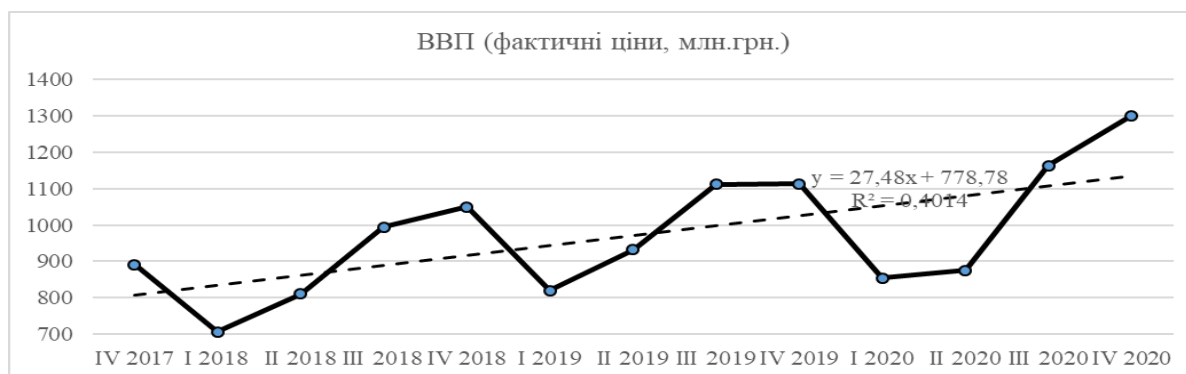


Рис.1 Динаміка ВВП України в фактичних цінах за 2018-2020 рр.

Посилення спаду подальше збільшується, тому що спостерігається скорочення бюджетів, згортання проєктів ІТ-сфери, туризму, зменшення товарообігу тощо [3]. У 2020 р., через закриття кордонів та суперечливі заяви представників Уряду України, можна достовірно очікувати зменшення потоку тимчасових трудових мігрантів, що призведе до зменшення валютних надходжень, хоча тільки у 2019 р. за даними Національного банку України українські трудові мігранти переказали близько 12 млрд дол. США [4].

Стан промисловості України має спадну тенденцію, але у грудні 2020 р. вперше з травня 2019 року було зафіксовано зростання, що становило 4,8%, завдяки низькій базі порівняння. Так, зростання видобутку металевих руд на 20% забезпечили низькі показники кінця 2019 р., зростанню в енергетиці на 15,8% посприяли погодні умови в порівнянні з більш теплішими у грудні 2019 р. Незважаючи на зростання у грудні, українська промисловість завершила 2020 рік скороченням виробництва на 5,2%. [2].

Отже, для України посткризова депресія може виявитися затяжною, ніж власне коронакриза, оскільки розвиненим країнам світу, на відміну від України, притаманна наявність інституціонально розвинених і структурованих фінансового та монетарного секторів, що дозволяє застосовувати стимулятори економічного відновлення та пришвидшити вихід з посткризової депресії. Макроекономічна динаміка 2019-2020 рр. засвідчила вичерпання Україною резервів економічного зростання [5].

Подолання кризового становища в Україні потребує активізації державної політики, в тому числі усунення перешкод, що гальмують дію факторів активізації економіки в короткостроковому періоді, створення передумов сталості економічного зростання у середньостроковій перспективі. Поліпшення якості економічного зростання посилить позитивний ефект для добробуту населення, сприятиме суспільній підтримці антикризової політики держави. Антикризове управління повинно бути спрямоване на розбудову механізмів банківського кредитування суб'єктів підприємницької діяльності; корекцію механізмів антиінфляційної політики; раціоналізацію дефіцитного фінансування бюджетних видатків; застосування податкового стимулювання економічної активності та структурних змін; інституційну модернізацію бюджетної політики з метою забезпечення кваліфікаційного управління бюджетними видатками, прозорості та контролю над їх використанням.

Крім того, слід відмітити, що перевага в нашій країні «олігархічної» моделі у важливих секторах економіки призводить до сегментованості економічного розвитку. Отже, антикризове управління повинно сприяти розвитку малого та середнього бізнесу (МСБ) шляхом розширення спроможності МСБ до отримання кредитних ресурсів розвитку, доступу до ринків, побудови механізмів взаємодії великого, середнього та малого бізнесу.

Антикризова політики потребує перезавантаження політики на ринку праці, а саме активізація професійної підготовки, сприяння мобільності працівників, заохочення інвестування у створення нових робочих місць, індивідуалізація підприємництва.

Говорячи про корупцію, слід відмітити поширення корупційних механізмів на всіх рівнях управління. Подолання корупційних процесів можливе завдяки секторальній децентралізації, вдосконаленню структури виконавчої влади, поглибленню процесів діджиталізації управління.

Висновок. При розробці заходів антикризового управління необхідно зробити ґрунтовний аналіз наслідків кризи та враховувати нові умови, що сформувалися на глобальному та національному рівнях унаслідок пандемії.

Застосування відповідних наборів інструментів потребує модифікації ціннісних настанов, аналіз очікувань та поведінки основних об'єктів антикризової політики. Антикризове управління економічним відновленням та відтворенням повинне насамперед спрямовуватись на забезпечення адекватної якості, правдивості та безперервності комунікацій. При цьому, системи, які забезпечують втілення антикризових заходів, повинні самонавчатися, спираючись на ту ж комунікацію, забезпечивши таким чином все вищу якість та оперативність реагування на негативні наслідки кризи.

Список літератури.

1. Долбнєва Д.В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Проблеми економіки*. № 1(143), 2020. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-1_0-pages-20_26.pdf (дата звернення: 15.03.2021).
2. Макроекономічний аналіз на 3 лютого 2021 р. *Незалежна асоціація банків України*. URL: <https://nabu.ua/ua/makroekonomichniy-analiz-na-26-serpnya.html> (дата звернення: 15.03.2021).
3. Горбулін В.П. Національна безпека України: фокус пріоритетів в умовах пандемії. *Вісник Національної академії наук України*, 2020. № 5. С.3-18. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/170038/03-Horbulin%20.pdf?sequence=1> (дата звернення 16.03.2021).
4. Vinokurov, Ya. (2020) U Natsbanku povidomyly, skilky hroshei zarobitchany perekazaly v Ukrainu u 2019 rotsi [The National Bank reported how much money the workers transferred to Ukraine in 2019] *Hromadske. Public Television*. URL: <https://hromadske.ua/posts/u-nacbanku-povidomili-skilki-groshej-zarobitchani-perekazali-v-ukrayinuu-2019-roci> (дата звернення 16.03.2021).
5. Жаліло Я.А. та ін. Україна після коронакризи – шлях одужання: наук. доп. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: НІСД, 2020. 304 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-11/ukraina-pislya-koronakrizi_sait.pdf (дата звернення 17.03.2021).

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ – КЛЮЧОВЕ ПИТАННЯ СЬОГОДЕННЯ

Лашкун Г.А. асистент кафедри економіки, організації та управління підприємствами КНУ, **Алексєєва О.О.** здобувач, Криворізький національний університет, Кривий Ріг, Україна

Вступ. Безробіття – це складне макроекономічне явище, яке є однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного етапу розвитку України. Його формуванню сприяли такі чинники, як структурні зміни в економіці, зниження темпів економічного розвитку, співвідношення цін на фактори виробництва, недостатній сукупний попит, інфляція, недосконале трудове законодавство, неналежний рівень програм зайнятості та демографічні процеси. У нинішній ситуації безробіття – це найбільш гостра проблема, з якою стикається населення України в умовах сьогодення. І це явище є як економічною, так і соціальною проблемою. Безробіття у нашій країні набуло масового характеру і несе реальну загрозу для державного та суспільного благополуччя.

Мета роботи. Проаналізувати динаміку рівня безробіття за останні 10 років та виявити можливі шляхи підвищення рівня зайнятості на ринку праці.

Матеріали і методи. Проблемою аналізу рівня безробіття та пошуком можливостей підвищення рівня зайнятості населення займалися такі вчені, як Д.Л. Богиня, О.А. Грішнова, Е.М. Лібанова, М.С. Мутяк, І.В. Супрунова, а також закордонні вчені: Дж. Акерлоф, П. Дайамонд, Р. Джекман, А. Сміт та інші. Під час роботи над тезами були використані такі методи як порівняльний аналіз та синтез, статистичний метод, абстрагування і конкретизації.

Результати. Безробіття в економічному житті – це перевищення пропозиції робочої сили над попитом на працю. Його не можливо скасувати, бо в кращому випадку воно може бути зведене до «природного» рівня безробіття. Воно є невід'ємним елементом розвитку виробництва і в певному сенсі можна сказати, що безробіття визначає темпи і рівень економічного розвитку країни.

Але ж безробіття не може бути доцільним ні в економічному, ні в соціальному плані, оскільки його зростання створює цілий комплекс проблем: скорочується купівельна спроможність населення, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал. Зростають ризик соціального напруження, додаткові витрати на підтримку безробітних.

Проаналізуємо рівень безробіття в Україні за останні 10 років [3].

Таблиця 1

Рівень безробіття в Україні з 2011 по 2020 рр.

(кількість населення в тис. осіб)

Роки	Всього населення	Економічно-активне населення	Зайняте населення	Безробітне населення	Рівень безробіття, %	Зареєстрованих безробітних
2011	45 633,6	20 247,9	18 516,2	1 731,7	8,6	505,3
2012	45 553,0	20 393,5	18 736,9	1 656,6	8,1	467,7
2013	45 426,2	20 478,2	18 901,8	1 576,4	7,7	437,6
2014	42 928,9	19 035,2	17 188,1	1 847,1	9,7	458,6
2015	42 760,5	17 396,0	15 742,0	1 654,0	9,5	461,1
2016	42 584,5	17 303,6	15 626,1	1 677,5	9,7	407,2
2017	42 386,4	17 193,2	15 495,9	1 697,3	9,9	352,5
2018	42 153,2	17 296,2	15 718,6	1 577,6	9,1	341,7
2019	41 902,4	17 381,8	15 894,9	1 486,9	8,6	338,2
2020	41 588,4	16 917,8	15 244,5	1 673,3	9,9	459,2

Значної шкоди Україні завдала світова фінансова криза, окупація Криму та ситуація на сході країни. Саме тому найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво.

За даними таблиці 1 спостерігаємо стійку неоднозначну тенденцію: після 2011 року рівень безробіття скорочувався до 2013 року, а протягом 2014-2017 років рівень безробіття в Україні уповільнено, але зростав (на 2,2% за чотири роки). Якщо за Методологією МОП у 2013 році питома вага безробітних складала 7,7% кількості економічно активного населення у віці 15-70 років, то в

2017 році зросла до 9,9%, тобто за 4 роки в країні відбулося збільшення рівня безробіття на 2,2 відсоткових пунктів або на 120,9 тис. осіб. Аналогічна тенденція спостерігається за рівнем і кількістю безробітних серед населення працездатного віку. Україна в 2014-2015 роках втратила понад 3 млн. робочих місць внаслідок окупації Донбасу і Криму. Найвищий рівень безробіття серед осіб працездатного віку зафіксований у Луганській (17,6%) та Донецькій (15,2%), Тернопільській (13,2%) областях. Найменше потерпали від безробіття в Одеській області, де його рівень склав 6,7%, та у м. Києві – 7,6% [2].

Станом на 1 квітня 2020 року офіційна кількість безробітних, які перебували на обліку в Державній службі зайнятості, зросла до 459,2 тисячі осіб, що на 35,8% більше, ніж у відповідний період минулого року (338,2 тисячі осіб). Про це йдеться у статистичній інформації, оприлюдненій Державною службою зайнятості [4]. Серед безробітних, зареєстрованих в державній службі зайнятості, найбільший попит роботодавців спостерігається на робітників з обслуговування устаткування та машин (24%), а також на кваліфікованих робітників з інструментом (18%). Кількість зареєстрованих безробітних за професійними групами:

- законодавці, державні службовці та керівники (13,8%);
- робітники з обслуговування та експлуатації машин (15,6%);
- працівники сфери торгівлі та послуг (15,2%);
- технічні службовці (16,3%);
- кваліфіковані робітники з інструментом (10,4%);
- кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства (5,0%).

На 1 квітня 2020 року кількість вакансій, заявлених роботодавцями до державної служби зайнятості, у порівнянні з відповідною датою минулого року, зросла на половину та становила понад 73 тис. робочих місць. За видами економічної діяльності більшість вакансій налічується у сільському, лісовому та рибному господарстві (22%), на підприємствах переробної та добувної промисловості (20%), торгівлі та ремонту автотранспорту (16%) [4].

Основні проблеми ринку праці нашої держави пов'язані зі зростанням тривалості періоду безробіття, збільшенням кількості громадян, які шукають роботу, а також існуванням труднощів щодо працевлаштування соціально незахищених верств населення.

Висновки. Отже, першочерговим завданням для зниження рівня безробіття в державі повинна стати реалізація виваженої економічної політики, зорієнтованої на зменшення рівня бідності та безробіття, підвищення частки оплати праці в структурі реальних доходів населення, забезпечення стабільного зростання національної економіки. Крім цього необхідно створити відповідну правову базу з метою захисту прав наших громадян – заробітчани за кордоном. Проблема безробіття – ключове питання у ринковій економіці, і не вирішивши його неможливо налагодити ефективну діяльність економіки і правового регулювання. Економіка України зараз знаходиться в глибокій кризі. Впроваджуючи запропоновані заходи, можна досягнути зменшення рівня безробіття, збільшення кількості працевлаштованого населення і, як наслідок, загального покращення економічної і соціальної ситуації в країні.

Список літератури

1. Полуяктова О.В. Проблеми безробіття в Україні [Електронний ресурс] / Полуяктова О.В. / Економіка і суспільство. 2018, випуск №2. Режим доступу: URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/6.pdf
2. Поточний рівень безробіття в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/potochnyy-riven-bezrobittya-v-ukrayini>
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua
4. Рівень безробіття в Україні, сайт Мінфіну. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy>.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Лашкун Г.А. асистент кафедри економіки, організації та управління підприємствами КНУ, **Боднар І.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, Кривий Ріг, Україна

Вступ. Важливу роль в розвитку підприємництва в Україні відіграють гірничо-металургійні комплекси. Україна володіє «залізною» завісою, яка, на відміну від радянської, є основою добробуту країни. Наша держава посідає сьоме місце в світі з виплавки сталі (протягом трьох років) і третє місце з експорту сталі (два роки поспіль). Ідеться про гірничо-металургійний комплекс, який може опинитися в глибокій кризі, якщо влада найближчим часом не подбає про його збереження.

Мета роботи. Розглянути метод побудови матриці конкурентного профілю, як один із способів оцінки конкурентоспроможності гірничозбагачувального підприємства та визначити важливість для підприємств цієї галузі аналізу своєї конкурентної позиції на ринку.

Матеріали і методи. Питання конкурентоспроможності представлено в економічній літературі з часів ранніх класиків: А. Сміта та Д. Рікардо. Потім цю тему розкривали такі дослідники, як О. Віханський, І. Герчикова, Г. Гольдштейн, Р. Фатхутдінов, І. Ансофф, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, А.Дж. Стрікланд та багато інших. У роботі були використані такі методи досліджень як порівняльний аналіз, синтез, абстрагування та матричний метод.

Результати. Об'єктом дослідження є «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат», який спеціалізується на видобутку, переробці та виробництві сировини для металургійної промисловості – залізорудного концентрату і окатишів. ЦГЗК є унікальним підприємством в Україні, котре поєднує відкритий та підземний видобуток магнетитових кварцитів з

подальшим їх збагаченням. Підприємство існує з 1961 року. Воно входить до складу Гірничодобувного дивізіону Групи Метінвест.

Конкурентоспроможність є визначальним фактором виживання, стабілізації та розвитку індустрій, а також окремих їх галузей, підгалузей і підприємств. Тому підприємцеві дуже важливо хоча б орієнтовно оцінити конкурентну позицію своєї майбутньої фірми. Досліджуючи всі фактори впливу на конкурентоспроможність Центрального гірничозбагачувального комбінату, був проведений аналіз аналогічних показників найближчих конкурентів: ПівнГЗК, ПівдГЗК, ІнГЗК. Одним із засобів практичного вирішення цієї проблеми є побудова матриці конкурентного профілю [5] (див. табл. 1).

Таблиця 1.

Матриця конкурентного профілю ПАТ «ЦГЗК»

Ключовий фактор успіху	Ваговий коефіцієнт	ЦГЗК		ПівнГЗК		ПівдГЗК		ІнГЗК	
		Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка
Якість товару	0,4	4	1,6	4	1,6	4	1,6	4	1,6
Ціна товару	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Канали збуту	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Вміст заліза в продукції	0,2	2	0,4	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Реклама та стимулювання попиту	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Загальна оцінка	1	-	3,1	-	3,1	-	2,9	-	2,8

Розрахунок матриці конкурентного профілю основних гірничозбагачувальних підприємств Кривого Рогу здійснювався за допомогою визначення ключових факторів успіху у сфері бізнесу. Оцінки за факторами успіху для досліджуваних підприємств були виставлені за допомогою офіційних даних щодо результатів діяльності підприємства на електронних джерелах [1, 2, 3, 4].

Досліджуваним періодом стали роки з 2017 по 2019, інформація по яким є більш детальною та розгорнутою на сайтах підприємств стосовно сертифікації

продукції, вартості товарів та попиту на них серед споживачів. Були досліджені канали збуту 4-х підприємств та визначилось, що ЦГЗК та ПівнГЗК працюють на більш широке коло споживачів, експортують власну продукцію в більшу кількість країн, а тому отримали оцінки вище. Фактор реклами та стимулювання попиту обчислювався за допомогою проведеного опитування стосовно обізнаності певного кола людей, які працюють у сфері ГМК і ГЗК. Опитування показало, що дане коло потенційних споживачів частіше звертало увагу на підприємства ЦГЗК та ПівдГЗК за рахунок реклами в Інтернеті та публікацій стосовно цих гірничо-збагачувальних комбінатів у місцевих ЗМІ. Лідруючі позиції зайняли підприємства ЦГЗК та ПівдГЗК, які показали досить високі результати у порівнянні з їх конкурентами у м. Кривий Ріг.

Наочно різницю між загальними оцінками конкурентоспроможності основних гірничо-збагачувальних підприємств Кривбасу можна побачити на рисунку 1.



Рис. 1. Матриця конкурентоспроможності підприємств ГЗК

Ретельне вивчення досвіду діяльності конкуруючих підприємств допоможе з'ясувати, що необхідно робити та чого треба уникати, щоб досягти успіху в певній сфері бізнесу. Визначення можливої конкурентної позиції

фірми є підставою для загальної оцінки переваг та недоліків майбутнього бізнесу.

Висновки. Сьогоднішня економіка визначає конкретні вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств – оперативне реагування на зміну господарської ситуації з метою підтримки стійкого розвитку, зміцнення фінансової стійкості, постійне вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів відповідно до зміни кон'юнктури ринку [6].

Згідно проведених розрахунків, ПАТ «ЦГЗК» займає одну з лідируючих позицій серед конкурентів завдяки визначеним факторам конкурентоспроможності. Основними напрямками розвитку комбінату повинно бути покращення якості і підвищення обсягів продукції, що виробляється, зниження її собівартості. Продуктивними заходами щодо поліпшення ситуації на підприємстві також є детальний аналіз ринку збуту продукції, ретельний підбір кваліфікованих спеціалістів, розширення кон'юнктури та зменшення витрат на виробництво.

Список літератури.

1. Офіційний сайт підприємства «ЦГЗК». URL: <https://cgok.metinvestholding.com/ua>
2. Офіційний сайт підприємства «ПівнГЗК». URL: <https://sevgok.metinvestholding.com/ua>
3. Офіційний сайт підприємства «ПівдГЗК». URL: <http://www.ugok.com.ua/ua/>
4. Офіційний сайт підприємства «ІНГЗК». URL: <https://ingok.metinvestholding.com/ua>
5. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2012. 379 с.
6. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Швед Т.В., Біла І.С. / Економіка і суспільство. Випуск №8. 2017. Режим доступу: URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/70.pdf

ОЦІНКА РІВНЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ГМК

Пасічник Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Іванова А.А.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Важливішим і найскладнішим завданням процесу управління підприємством є оцінка рівня витрат. Досягнення оптимального рівня витрат на виробництво забезпечує підвищення конкурентоспроможності та стає важливою умовою ефективної підприємницької діяльності підприємства та забезпечує його економічне зростання в довгостроковому періоді. Все це обумовлює актуальність проблеми, яку найбільш раціонально можна вирішити на основі аналізу динаміки та структури витрат [3].

Багато вчених займалися питанням оцінки витрат та методами їх розрахунку. У роботах таких вчених, як І. Білоусова, Г. Савицька, В. Іваненко, Е. Мних, О. Мачулка, І. Панченко, П. Попович, М. Чумаченко, Н. Черткова висвітлені питання обліку, калькуляції, класифікації, методів аналізу та планування витрат [1].

Мета роботи. Здійснення оцінку витрат на прикладі металургійного підприємства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» та запропонувати заходи щодо оптимізації їх величини.

Матеріали та методи. Матеріали дослідження: річна фінансова звітність ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», статистичні матеріали, економічні довідники. Застосовані методи: теоретичного узагальнення, статистичних досліджень, системного аналізу і синтезу, порівняння, графічний метод.

Результати. Для того, щоб всебічно дати оцінку динаміки та структури витрат проведемо аналіз їх величини за елементами на прикладі ПАТ «АМКР» (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Динаміка та структура витрат за елементами ПАТ «АМКР» за 2015–2019 рр.

Показник	2015 р.		2016 р.		2017 р.		2018 р.		2019 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Матеріальні витрати	32340404	69,98	36122972	72,01	45021603	73,44	44000948	72,73	45621975	68,87
Витрати на оплату праці	2594003	5,61	2567863	5,12	3124777	5,10	3517735	5,81	4505589	6,80
Відрахування на соціальні заходи	900501	1,95	542945	1,08	664118	1,08	755348	1,25	971834	1,47
Амортизація	5718433	12,37	5566261	11,10	5675318	9,26	5994067	9,91	7326812	11,06
Інші операційні витрати	4663097	10,09	5361887	10,69	6818304	11,12	6232490	10,30	7817879	11,80
Разом	46216438	100	50161928	100	61304120	100	60500588	100	66244089	100

В цілому за 2015-2017рр. величина витрат ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» збільшилась на 15087682 тис. грн. або на 43,3%, за 2018р. їх величина незначно зменшилась на 803532 тис. грн. або на 0,33%, а за 2019р. навпаки збільшилась на 5743501 тис. грн. або на 9,49% і на кінець року склала 66244089 тис. грн.

Матеріальні витрати за аналізований період мають аналогічну тенденцію зміни: за 2015-2017рр. їх величина збільшилась на 39,21%, за 2018р. - зменшилась на 2,27%, за 2019р. - збільшилась на 3,68%, що свідчить про збільшення витрат на матеріали та паливо (рис. 1).

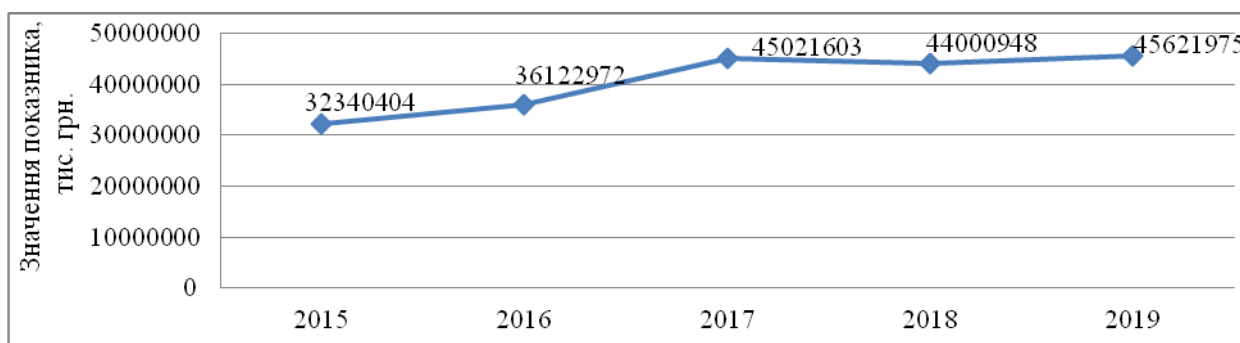


Рис. 1. Динаміка матеріальних витрат

Питома вага матеріальних витрат в структурі витрат коливається в межах 69-73%, що свідчить про дуже високий рівень матеріаломісткості виробництва.

Витрати на оплату праці за весь аналізований період мали тенденцію до збільшення з 2594003 до 4505589 тис. грн. відповідно, що пов'язано з підвищенням рівня мінімальної заробітної плати та заробітної плати персоналу підприємства.

У 2015р. відрахування на соціальні заходи дорівнювали 900501 тис. грн. За 2016р. їх величина зменшилась на 39,71% і на кінець року склала 542945 тис. грн., але за 2017-2019 рр. ситуація змінилась і спостерігається тенденція щодо збільшилась їх величини на 78,99%. Відрахування на соціальні заходи не залежать від підприємства, так як становлять законодавчо фіксований % від витрат на оплату праці. Тому їх зміна є тотожною до зміни витрат на оплату праці. (рис. 2).

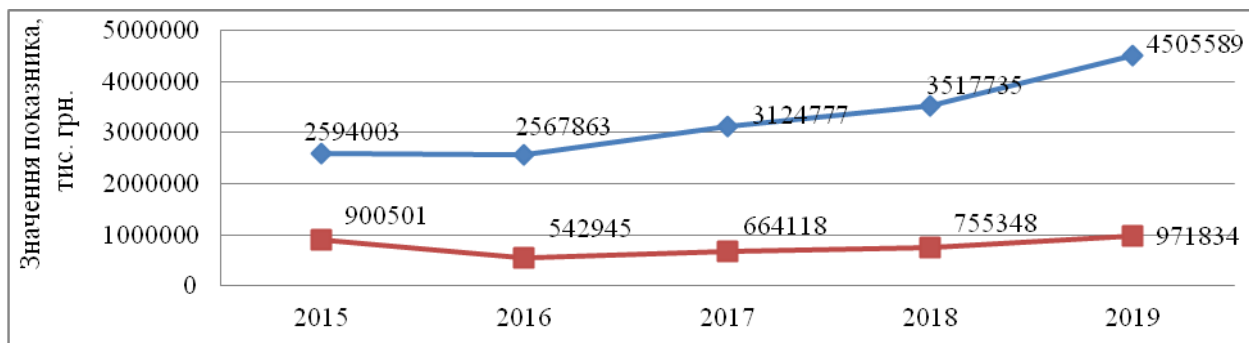


Рис. 2. Динаміка витрат на оплату праці та відрахувань на соціальні заходи

Амортизація на підприємстві у 2016 р. зменшилась на 2,66 %. У 2017 р. маємо зростання значення даного показника на 1,96 %, у 2018 р. – на 5,62 %, а у 2019р. – на 22,24%. Це свідчить про модернізацію виробничого обладнання і вказує на те, що підприємство вкладає кошти в оновлення своїх основних засобів, підвищує технічний рівень виробництва, тобто дане збільшення витрат є доцільним (рис. 3).

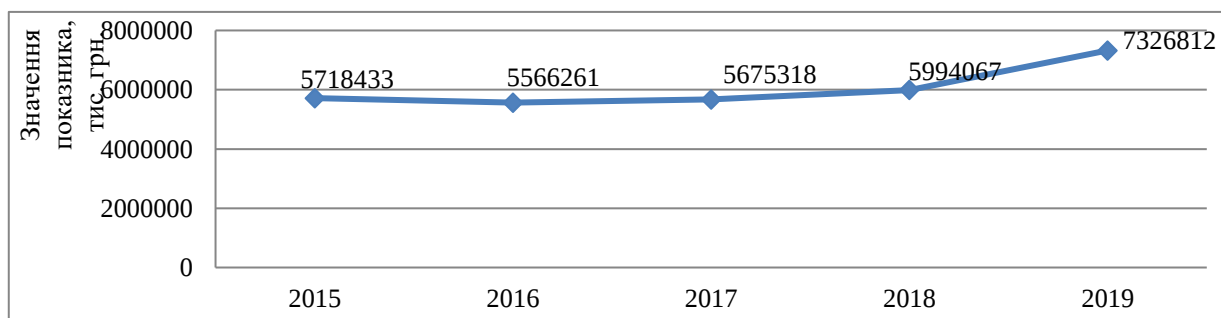


Рис. 3. Динаміка амортизації

Величина інших операційних витрат за 2015-2017рр. збільшилась на 2155207 тис. грн. або на 46,22%, що є негативною тенденцією в діяльності підприємства. За 2018р. їх величина зменшилась на 585814 тис. грн. або на 8,59%, але вже за 2019р. збільшилась і досягла їх максимального рівня 7817879 тис. грн., тобто ПАТ «АМКР» втрачає кошти, які могло б спрямувати на свій розвиток (рис. 4).

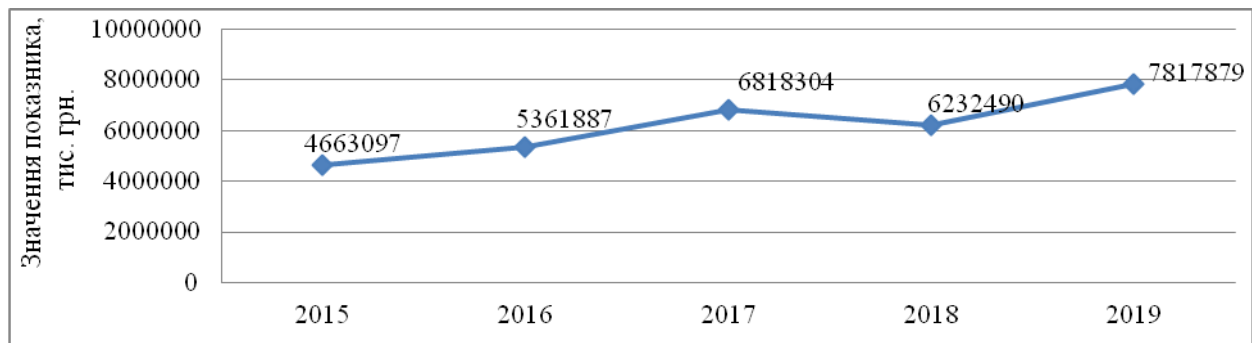


Рис. 4. Динаміка інших операційних витрат

Висновки. Отже, одним із напрямків удосконалення процесу управління витратами на ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» пропонується створити службу контролінгу, яка б здійснювала контрольні дії на пріоритетних напрямках визначення формування та оцінки витрат, прибутків, обсягів продукції, умов та організації виробництва, собівартості окремих видів продукції та інших показників діяльності підприємства, своєчасне виявлення відхилень фактичних результатів від обумовлених й прийняття оперативних управлінських рішень по виконанню встановлених завдань.

Система контролінгу витрат на ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» повинна здійснюватися за такими етапами:

1. Визначення об'єкту контролінгу, яким є управлінські рішення за основними аспектами формування витрат.
2. Визначення видів і сфери контролінгу витрат. Видами є стратегічний і оперативний контролінг, сферами є виробництво, реалізація, окремі види діяльності підприємства тощо
3. Формування системи контрольних показників, якими є собівартість 1 т продукції, обсяг виробництварівень цін на ресурси та ін.

4. Розробка системи кількісних стандартів, у якості яких виступають цільові показники поточних планів і бюджетів, норми і нормативи поточних витрат сировини і матеріалів, норми і нормативи якості продукції тощо.

5. Побудова системи моніторингу (постійного спостереження) контрольних показників.

6. Формування системи алгоритмів дій по усуненню негативних відхилень від запланованих витрат [2].

Таким чином, створення служби контролінгу дозволить підприємству ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» вийти на новий рівень в управлінні, аналізі та контролі за витратами і взагалі господарською діяльністю підприємства.

Список літератури.

1. Данилко В.К. Управління витратами: навч. посібник / В.К. Данилко, О.М. Кушніренко, К.С. Марченко. К.: Каравела, 2012. 216 с.

2. Galiakhmetova R. A. & Tyurev V. K. (2014). Innovative development as a factor in improving competitiveness in the economic environment: monograph. Izhevsk: IzhSTU publishing house, 176 с.

3. Bosel, I. P. (2014). Economics and organization of production: textbook. Minsk: UraJay, 296 с.

4. Офіційний сайт ПАТ «АМКР». URL: <https://ukraine.arcelormittal.com>.

УДК: [658.005.922.1:33]: [622+669]

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ГМК

Пасічник Н.В., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами., **Кошова К.М.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. На сьогодні гірничо-металургійний комплекс, як одна з провідних галузей промисловості, переживає складні часи, адже економіка України перебуває у кризовому стані, в умовах бойових дій, пандемії, безробіття та спаду виробництва.

За даних умов підприємства ГМК потребують комплексного управління їх економічною безпекою, адже аналіз основних напрямів діяльності підприємства дозволяє на ранніх стадіях виявити вплив негативних факторів на діяльність підприємства в цілому. Це дає можливість вчасно нейтралізувати загрози економічній захищеності та запобігти їм у майбутньому, а також обґрунтовано приймати ризикові рішення, підвищуючи, тим самим, рівень конкурентоздатності. Тому проблема виживання та створення певних умов, які б гарантували економічну захищеність підприємств в довгостроковій перспективі є, як ніколи, актуальною.

Вагомий внесок у дослідження проблеми економічної безпеки підприємства зробили вітчизняні вчені: Капітула С.В., Довбня С.Б., Гічкова Н.Ю., Нусінова О.В., Прус Н.В., Селюченко Н.Є., Шагоян С.М., Шкарлет С.М., Ільяшенко С.М., Іванюта Т.М., Заїчковський А.О., Кузенко Т.Б., Карачина Н.П., Бендіков М.А., Ярочкін В.І. та інші. Проте єдиного погляду щодо визначення сутності поняття «забезпечення економічної безпеки підприємства» на сьогодні в економічній літературі немає.

Мета роботи. Сформулювати сутність економічної безпеки підприємства та розробити методику оцінки її рівня, яка матиме відповідні до підприємств ГМК критерії оцінки та практичне застосування, що має забезпечити ефективне управління та розвиток.

Дослідження та узагальнення численної кількості поглядів вчених на сутність категорії «економічна безпека підприємства» дають можливість її трактувати, як рівень організації ресурсної, виробничої, технічної, кадрової, фінансової та ринкової складових підприємницької діяльності, за якого досягаються поставлені цілі підприємства та його розвиток, у відповідності до визначеної місії за нестабільних умов зовнішнього середовища.

Сучасні науковці виділяють ряд інших складових економічної безпеки підприємства, проте, на наш погляд, саме зазначені складові відображають ключові напрями діяльності виробничих підприємств, зокрема ГМК, які є чутливими до будь-яких змін як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Прояв складових економічної безпеки підприємств ГМК відображається наступним чином:

- 1) ресурсна – характеризує потенціал мінерально-сировинної бази, що обумовлено якістю та інтенсивністю її виснаження;
- 2) виробнича – характеризує результат технологічного процесу на всіх етапах виробництва;
- 3) технічна – відображає ефективність реальних інвестицій через використання основних засобів;
- 4) кадрова – є результатом роботи менеджерів та умов праці робітників;
- 5) фінансова – характеризує майно підприємства та ефективність його використання;
- 6) ринкова – головним чином визначає конкурентоспроможність підприємства.

Матеріали та методи. Загалом відомі такі підходи до визначення рівня економічної безпеки, з відповідними їм методами чи аналізом, як ресурсно-функціональний, індикаторний, програмно-цільовий, на основі теорії економічних ризиків та фінансовий.

Результати. На першому етапі пропонуємо провести розрахунок показників, які, на нашу думку, найбільшим чином відповідають напрямам діяльності підприємств ГМК та мають стратегічний характер, що дозволяє врахувати потенціал підприємства (табл.1).

Таблиця 1

Система показників оцінки рівня економічної безпеки

№ з/п	Показник	Розрахунок
Ресурсна		
1	Балансові запаси руди, млрд. т	-
2	Індекс цін на ресурси, част. од.	-
3	Вміст заліза у руді, %	-
Виробнича		
4	Вихід концентрату, т/т	Співвідношення обсягу виробленого концентрату до обсягу спожитої руди
5	Ступінь виконання плану, %	Співвідношення фактичного обсягу виробництва з запланованим

6	Матеріаломісткість, грн./грн.	Співвідношення витрат на матеріали з обсягом виробництва продукції
7	Енергоємність, грн./грн.	Співвідношення витрат на енергетичні ресурси з обсягом виробництва продукції
8	Потенціаломісткість, %	Співвідношення прибутку від операційної діяльності до величини виробничого потенціалу
9	Вміст заліза у продукції, %	-
Технічна		
10	Рівень завантаження проектних потужностей, %	Співвідношення фактичного випуску продукції з проектними потужностями
11	Ступінь зносу основних виробничих засобів, %	Співвідношення величини зносу основних засобів з середньорічної їх вартістю
12	Фондовіддача, грн./грн.	Співвідношення обсягу випуску продукції з середньорічною вартістю основних засобів
13	Фондоозброєність, грн./осіб	Співвідношення середньорічної вартості основних засобів та середньооблікової чисельності працівників
Кадрова		
14	Продуктивність праці, грн./особу	Співвідношення обсягу товарної продукції та середньооблікової чисельності працівників
15	Плинність кадрів, %	Співвідношення звільнених працівників та середньооблікової чисельності працівників
16	Рентабельність трудових ресурсів, %	Відношення фінансового результату від операційної діяльності до фонду оплати праці
17	Співвідношення темпів зростання продуктивності праці та середньорічної заробітної плати, част. од.	-
18	Коефіцієнт автономії, част. од.	Відношення загальної суми власних коштів до підсумку балансу
19	Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу, част. од.	Відношення суми довгострокових та поточних зобов'язань до власного капіталу
20	Коефіцієнт оборотності оборотних активів, од.	Відношення обсягу чистого доходу від реалізації до середньої вартості оборотних активів
21	Частка оборотних коштів в активах, част. од.	Відношення оборотних засобів до підсумку балансу
22	Рентабельність реалізації, %	Відношення різниці валового прибутку та адміністративних і витрат на збут до чистого доходу
23	Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн./грн.	Відношення суми собівартості реалізованої продукції, адміністративних та витрат на збут до обсягу реалізованої продукції
Ринкова		
24	Співвідношення темпів зміни обсягів виробництва на підприємстві і в межах галузі, част. од.	-
25	Показник конкурентної переваги підприємства, част. од.	Співвідношення частки ринку, що належить підприємству, та частки ринку, що належить головному конкуренту
26	Темп зміни частки ринку підприємства, част. од.	-

Обчислення інтегрального показника рівня економічної безпеки підприємства, задля уникнення суб'єктивної оцінки, рекомендуємо проводити

за алгоритмом класичного варіанту побудови таксономічного показника запропонованого З. Хельвігом методом рівня розвитку [1; 6]. Особливістю даного методу є те, що рівень розвитку об'єкту необхідно вимірювати за декілька років одразу або на певну дату у порівнянні з іншими підприємствами такої ж галузі. Величина таксономічного показника коливається в інтервалі від 0 до 1, тобто чим ближче його значення до еталона, тим безпечніші умови функціонування підприємства. Вважаємо за необхідне встановити межі для різних його значень, що дозволить визначити конкретний рівень економічної безпеки підприємства. Для цього використаємо універсальну безрозмірну шкалу Харрінгтона, яка використовується за необхідності кількісного виміру об'єкта у межах від 0 до 1 [4, с. 157]. Шкала має 5 рівнів оцінки, для кожного з яких вважаємо за доцільне визначити напрямки стабілізації чи зміцнення економічної безпеки підприємства (табл.2) [2;3].

Таблиця 2

Шкала рівнів економічної безпеки підприємства та напрямки її стабілізації чи зміцнення

Інтервали шкали	Оцінка шкали	Рівень економічної безпеки	Напрями стабілізації (зміцнення) економічної безпеки підприємства
[0-0,2]	Незадовільно	Критичний	Перегляд доцільності обраної стратегії підприємства в цілому, її зміна або запровадження нової. Зміна принципів управління фінансовою діяльністю. Залучення висококваліфікованого управлінського персоналу.
(0,2-0,37]	Погано	Нестійкий	Використання низки нових дієвих методів аналізу, планування, та контролю за кожною складовою економічної безпеки окремо. Зміна організації виробництва.
(0,37-0,63]	Задовільно	Достатній	Заходи щодо підвищення рівня кваліфікації працюючих, фінансових менеджерів. Посилення системи стимулювання працівників. Удосконалення методів ефективного використання ресурсів підприємства. впровадження інноваційних методів управління підприємством.
(0,63-0,8]	Добре	Значний	Помірні стратегічні зміни фінансової діяльності. Пошук шляхів удосконалення вже існуючих методів управління складовими економічної безпеки, враховуючи досвід провідних компаній світу.
(0,8-1]	Відмінно	Високий	Незмінні внутрішні організаційні параметри фінансової діяльності або удосконалення окремих параметрів діяльності підприємства, з огляду на зовнішнє середовище. Збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження. Активне позиціонування власної продукції на світовому ринку.

Висновки. Отже, цілковито покладатися на будь-яку модель та приймати рішення згідно її розрахункового значення небезпечно, адже вона не може врахувати очікуваних змін зовнішнього середовища, тому вона носить лише рекомендаційний характер. Тому, постійний моніторинг умов зовнішнього середовища суб'єктів господарювання, на шляху реалізації власної стратегії, має зводитися до застереження та ухилення від виявлених загроз, що дозволяє своєчасно внести відповідні корективи для збереження своєї діяльності.

Список літератури.

1. Антонова О. Систематизація методичних підходів до оцінки фінансової безпеки підприємства / О. Антонова / Схід. 2010. № 6 (106). С. 3-7. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL:<http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/22213>
2. Довбня С.Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С.Б. Довбня, Н.Ю. Гічова. / Фінанси підприємств. 2008. №4. С. 86–88
3. Дьяченко О.А. Економічна безпека інноваційно-орієнтованих підприємств в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / О.А. Дьяченко, Л.П. Артеменко / Економічний вісник НТУУ "КПІ". 2015. Режим доступу до ресурсу: URL:<http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45286/41576>
4. Кузьмін О.Є. Діагностика потенціалу підприємства / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник / Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. №1. С. 155-166
5. Турило А.М. Економічна безпека підприємства / А.М. Турило, С.Б. Новак, С.В. Капітула. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2009. 140 с.

УДК 005.931.1:614.46

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ МОДЕЛЛЮ ЗАЙНЯТОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Пасічник Н.В., к.е.н, доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Швець О.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. За сучасної нестійкої економічної ситуації проблеми зайнятості та попиту на працю, перебувають у постійній динаміці, потребуючи трансформації та застосування інноваційних рішень. Інноваційна зайнятість – це здатність окремої людини, кадрового потенціалу фірми, трудових ресурсів галузі та економічно активного населення території максимально швидко пристосовуватися до нових потреб економіки, зумовлених технологічними нововведеннями [1, с. 291]. Проте, із застосуванням інноваційних форм зайнятості з'являються нові проблеми, що обумовлює актуальність дослідження.

Мета роботи. Однією з найважливіших проблем реалізації інноваційної моделі зайнятості є фінансова стабільність. Адже, лівова частка інноваційних форм зайнятості пов'язана з фрілансом, тобто люди дрейфують від одного проекту до іншого шукаючи заробітку, найчастіше заробіток великий, але не стабільний. Що стосується інших форм зайнятості таких, як аутсорсинг, аутстафінг та лізинг персоналу, проблеми трохи інші. Хоч ці форми зайнятості і несуть у собі більшу фінансову стабільність, але головною проблемою залишається соціальний захист, який до речі практично повністю відсутній у фрілансингу. Люди, які виконують роботу певної компанії за системою запозиченої праці юридично працюють на кадрове агентство, отримують соціальний пакет не від великої корпорації, а від кадрового агентства [3].

Матеріали та методи. Саме тому перед менеджерами компанії виникла необхідність оперативно вирішувати поставлені перед ними завдання. Саме у цей час можна наглядно побачити рівень професіоналізму топ-менеджерів. Адже, їм необхідно вирішувати окрім робочих завдань однакові організаційні та контролюючі завдання. Також виникають новітні методи менеджменту з метою пристосовуватися до умов карантину та підвищення продуктивності праці працівників. Щоб уникнути проблем, які виникли при роботі з інноваційними формами зайнятості, необхідно зробити аналіз ринку працівників та проаналізувати діяльність підприємства в умовах дистанційної роботи, після чого створити оптимальну структуру поєднання «звичайної» роботи і новітніх форм зайнятості таких як дистанційна робота та мати

резервний план на випадок подальшої структурної зміни його роботи [4]. Адже, на даний момент часу кожному суб'єкту підприємницької діяльності для його ефективної роботи потрібно швидко адаптуватися до зовнішніх факторів.

Результати. Застосування діджиталізації створює низку конкурентних переваг підприємства в розрізі операційних процесів, а саме підвищуючи їх можливості вчасно прийняти управлінське рішення, миттєвий обмін інформацією між компетентними співробітниками, здійснення маркетингових досліджень та інше. Проте, в умовах карантину, коли весь світ припинив працювати на місцях і перейшов на дистанційний вид праці, були виявлені такі проблеми: зниження продуктивності праці, не можливість контролю за працівниками, не пристосованість частини працівників до виконання дистанційної роботи, низький рівень самоорганізації, відволікання від праці на зовнішні фактори, це лише не велика частина проблем, які постали перед керівництвом підприємства під час карантину.

Важливими рішеннями, які були прийняті в момент переходу з «традиційного» режиму роботи на максимальне переведення робочої сили на дистанційний вид роботи, це дало змогу вирішити ряд проблем, які лягли на плечі топ-керівників. Основні рішення для підвищення ефективності роботи працівників віддаленої форми роботи були пов'язані з керівництвом, контролем та підвищенням ефективності.

Основними інноваційними рішеннями, які були прийняті керівництвом підприємств:

- а) максимальне переведення частини людського капіталу на дистанційний вид роботи;
- б) підвищення ефективності працівників, які працюють в домашніх умовах;
- в) використання аутсорсингових компаній для виконання цілей;
- г) підвищення відповідальності працівників в умовах карантинних обмежень.

На сьогоднішній день населення має завищену планку відповідальності так, як необхідно підходити з усвідомленої точки зору до прийняття рішень, особистої відповідальності за доручення справи, зростання якості працездатності та навичок, вирішення проблемних питань у різних складних ситуаціях, що дозволить підвищити динамічність розвитку та зумовити зріст ефективності використання набутих навичок працівників [2].

Висновки. На сучасному етапі розвитку, людський капітал є визначним чинником економічного зростання. Аналіз стану та динаміки визначив рівень розвитку людського капіталу, в Україні він нижче середнього. Зусилля треба спрямувати на побудову ефективної системи розвитку людського капіталу. Саме тому перейнявши досвід закордонних компаній щодо ефективного управління людськими ресурсами в умовах карантину, дасть змогу підвищити показники якості виконання своїх обов'язків працівників.

Отже, інноваційні форми зайнятості дозволяють підвищити рівень прибутку, проте несуть у собі велику кількість ризиків, які може отримати підприємство в результаті застосування новітніх програм розвитку. Вирішувати як використовувати інноваційні моделі зайнятості чи застосовувати їх взагалі, може тільки саме підприємство зважаючи на необхідність та свою матеріальну базу.

Список літератури.

1. Галайда Т.О. Нестандарні форми зайнятості персоналу суб'єктів підприємництва та перспективи їх розвитку в країні / Галайда Т.О/ економіка та управління підприємствами. [URL:http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/3898/1/Гал_Тен_Чорн.pdf](http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/3898/1/Гал_Тен_Чорн.pdf)
2. Рекун І.І. Роль людського капіталу в процесі формування економічної безпеки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип.4 (09). С. 67–71.
3. Armstrong M. Human capital management". A Handbook of Human Resource Management Practice / Michael Armstrong. – Kogan Page Publishers. – 2006. 982 p.

4. Брюховецька Н. Ю., Чорна Н.Ю. Управління розвитком людського капіталу підприємств: інституціональний аспект: монографія / Н. Ю. Брюховецька, Н. Ю. Чорна. Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-сті. 2015. 268 с. Режим доступу: URL: ier.donetsk.ua/publish/mono/Bryukhovetska_Cherna.pdf.

УДК 658.5.011: 004.89: 005.86

ПРОБЛЕМАТИКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ТОТАЛЬНОЇ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Поліщук І.Г., к.е.н, доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Клименко К.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Актуальність даної роботи полягає в дослідженні поняття диджиталізації та вивчення необхідності та важливості правильного менеджменту в сучасному світі. Диджиталізація- з англійської digitalization, буквально “оцифровування”. у широкому сенсі означає перехід інформаційного поля на цифрові технології, інколи це процес переведення певної інформації з паперового вигляду на електронні носії. З диджиталізацією стикається фактично будь-яке сучасне підприємство, деякі дослідники вважають, що керівники повною мірою не розуміють сутності змін цього типу. Зокрема, такий висновок зробили в ході своїх досліджень Лірі Андерссон (Liri Andersson), засновник консалтингової компанії This Fluid World, та Лудо Ван дер Хейден (Ludo Van der Heyden), професор INSEAD [1] . Головною проблемою є не повна обізнаність кадрів в використанні всіх переваг та можливостей новітніх цифрових технологій.

Мета роботи. Застосування диджиталізації створює низку конкурентних переваг підприємства в розрізі операційних процесів. Проте мало навчити менеджера працювати за допомогою програмного забезпечення, необхідно створити таку систему управління, при якій управлінець зможе мотивувати своїх підлеглих до більш детального вивчення, використання, та

запропонування ідей, які призведуть до більш глибокого проникнення сучасних технологій в життя компанії. Окрім заохочення персоналу, постає проблема розширення кадрів вузькими спеціалістами, які в змозі втілити та підтримувати поліпшений інформаційний простір. Також компанія зіткнеться з необхідністю проведення тренінгів для того персоналу який вже входить до штату. Доцільність цифрової трансформації бізнес-процесів визначається швидкістю та розумінням споживачами, створенням системи ефективних різноспрямованих комунікаційних потоків

Матеріали та методи. Використання сучасних digital-технологій в тій чи іншій мірі потрібно кожному виду бізнесу, - це очевидно. Необхідний мінімум для будь-якої компанії зараз - це наявність сайту та електронні бухгалтерські програми [2]. В умовах карантину, коли, майже, всі працівники перейшли на дистанційну працю, перед управлінцями виникла низка нових проблем, таких як організація праці, контроль за виконанням, контроль фактичного робочого часу, спад рівня ефективності та активності працівників. Саме ці проблеми повинен вирішити управлінець. Гарний менеджер зараз має підтримувати зв'язок не тільки з підлеглим та керівництвом, а й з інформаційними відділами, або налагодити самостійний зв'язок між підлеглими та відділами, які можуть вплинути на роботу людей.

Результати. Зараз в інформаційному світі все більшої практичної цінності набувають проекти диджиталізації. Розробка нових інформаційних систем, застосованих для мобільних девайсів, інша діяльність з диджиталізації вимагає застосування проектного підходу, що досліджується галуззю знань управління проектами та програмами. Такий підхід дозволяє забезпечити ефективність здійснення діяльності з диджиталізації, що реалізується у можливості мінімізації витрат ресурсів усіх типів при реалізації проекту з одночасною максимізацією цінності для його замовника. Згідно з класичними підходами проектного менеджменту, будь-який проект реалізується в межах визначених замовником обмежень, серед яких одними з визначальних є обмеження у часі і вартості реалізації проекту. Найважливішою проблемою у

визначені тривалості та вартості проектів є неможливість урахування усіх факторів впливу на хід їх виконання. Однак, одним з найвпливовіших чинників впливу на проект є його зацікавлені сторони. А отже саме розробка моделей і методів, пов'язаних з аналізом впливу зацікавлених сторін і управління таким впливом, є актуальною і необхідною для підвищення ефективності планування та управління проектом диджиталізації. Створення нового, більш глибокого підходу до аналізу зацікавлених сторін проектів диджиталізації формує передумови до актуальності розробки методів ціннісно-орієнтованого управління зацікавленими сторонами таких проектів [3], а отже і самими такими проектами з точки зору наукового напрямку управління проектами та програмами.

Висновки. Карантин 2020 року створив нові правила гри, ті компанії які змогли їх прийняти, адаптуватися, створити новітні системи управління, модернізувати старі, навчилися працювати без людей у офісах, але перед моніторами вижили та примножили свій прибуток, а ті хто так і не наважився використати переваги диджиталізації залишилися банкрутами.

Сучасний стан управління проектами вимагає ідентифікувати моделі з теорії проектного управління, які можуть бути використані при розробці методу ціннісно-орієнтованого управління зацікавленими сторонами проекту диджиталізації. Треба також ідентифікувати особливості проектів диджиталізації.

Список літератури.

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). Sixth Edition[Текст] / USA. Project Management Institute, 2017. 537 p.
2. Лазебник Л.Л. Диджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2018. Випуск 2. С.69-74.

З. Тімінський О.Г., Райчук І.В. Метод ціннісно-орієнтованого управління зацікавленими сторонами проекту диджиталізації. *Управління проектами та розвиток виробництва*. Луганськ: вид-во СНУ ім.Даля.2019.№3(71). С.114-120.

УДК 330.123.71

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АМОРТИЗАЦІЇ ТВАРИН У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Поліщук І.Г., к.е.н., доцент, **Рожко Д.С.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Тваринництво як невід’ємна галузь сільського господарства України забезпечує населення різноманітними високоякісними продуктами харчування (молоко, м’ясо), виробництво – необхідною сировиною (хутро, шкіра) тощо. Тому актуальним стає питання правильного обліку та економічної сутті такого цінного активу – тварин.

Ця специфічна галузь сільського господарства значно впливає на економічний потенціал підприємства і країни в цілому, на всі сфери суспільного виробництва.

Спірним питанням в амортизаційній політиці підприємств сільського господарства є порядок нарахування зносу (амортизації) продуктивної худоби, що вимагає роз’яснення.

Мета роботи. Метою даної статті є надання інформації, роз’яснення, виокремлення специфічних особливостей політики становлення на облік та амортизації тварин підприємств сільського господарства.

Матеріали та методи. Значний внесок у розвиток і обґрунтування теорій і положень обліку та амортизації тварин як основних виробничих засобів, зробили такі вчені, як В.Б. Мосаковський, А. Харитонova, В.М. Денисенко, О. Б. Зайцева та інші [4, с. 2]

Як зазначається у пункті 22 П(С)БО (далі – Положення) 7 «Основні засоби», на всі продуктивні тварини, що стають на облік в складі основних виробничих засобів, нараховується знос, тобто амортизація.

У Положенні зазначається, що об'єктом амортизації може бути будь-який основний засіб, окрім землі. В нашому випадку саме з цього моменту (становлення на облік), вартість продуктивних тварин амортизується. До того ж, відповідно до ЗУ «Про оподаткування підприємств», виробники самостійно можуть обирати будь-які з передбачених Положенням норми і методи нарахування амортизації [1, 2].

У сільському господарстві, суму нарахованої амортизації від використання (експлуатації) продуктивної худоби відносять на собівартість одержаної від продуктивних тварин продукції. Це означає, що сума амортизації, наприклад, корів ділитиметься між вартістю приплоду і молока, овець – приплоду і вовни, свиней – на вартість приплоду.

Як і у випадку традиційних основних засобів, нарахування амортизації продуктивних тварин відповідно до Положення здійснюється протягом терміну їх корисного використання (експлуатації), економічне обґрунтування якого (терміну) полягає на підприємство, одночасно з введенням самих основних засобів в експлуатацію [3, с. 3-4].

Підприємство сільського господарства може отримати тварину в результаті передачі (переведення) її з інших вікових груп, купівлі в інших господарств тощо. У будь-якому випадку на підприємстві створюється комісія, до якої входить керівник (або його заступник), представник бухгалтерії, і обов'язково, працівники зооветеринарної служби. У повноваження комісії входять попередній детальний огляд тварин, складання Акту на переведення тварин з групи до групи або Акту приймання-передачі основних засобів. Останні документи і є підставою для зарахування тварин до складу основних засобів.

Обов'язковими факторами визначення строку використання (експлуатації) продуктивних тварин є:

- вік тварини при становлення на облік;
- продуктивність;
- фізичний стан (жива вага, наприклад).

Внаслідок зміни одного з цих факторів (або зміни очікуваних економічних вигод) термін корисної експлуатації може переглядатися. Згідно з Положення, в такому випадку нарахування зносу здійснюється виходячи з нового терміну корисного використання, починаючи з наступного місяця зміни [4, с. 5].

Первісна вартість продуктивної худоби залежить від того, у який спосіб тварина потрапила до складу основних засобів. При купівлі тварин в інших виробників або населення – це договірна (ринкова) ціна купівлі, а при передачі з інших вікових груп – запланована собівартість живої ваги, що в кінці році досягається до фактичної.

Результати. При виборі методу амортизації слід пам'ятати, що продуктивні тварини – це живі організми, а згідно з цього отримання продукції від них носить неритмічний, сезонний характер. Іншими словами, у різні періоди часу обсяг виробленої продукції є неоднаковий, а продуктивність їх залежить від низки факторів, таких як: умови утримання, віку, погодних умов, раціону годування пори року тощо.

Беручи ці особливості до уваги, з традиційних п'яти методів амортизації, визначених Положенням, найчастіше користуються виробничим методом, суть якого полягає в тому, що місячна сума амортизації визначається добутком фактичного місячного обсягу продукції і виробничої ставки амортизації. У свою чергу, виробнича ставка амортизації визначається діленням вартості, що амортизується, на весь обсяг продукції, запланований виробити підприємством за певний проміжок часу, застосовуючи даний об'єкт основних засобів, що в нашому випадку є продуктивна худоба [3, с. 4].

Висновки. Кожна галузь національної економіки має свої специфічні особливості введення господарської діяльності, націленої на отримання

прибутків. Сільське господарство України, зі своїми родючими і продуктивними активами, не є винятком.

Тваринництво є одним з найголовніших і найрозвиненіших секторів сільського господарства, отже виникає потреба у ефективнішому використанні її складових. Так, у тваринництві вдало відображаються норми і методи П(С)БО 7 «Основні засоби», закони України і інші нормативно-правові документи, що регламентують діяльність даного сектору національної економіки. І все це в поєднанні з традиціями ведення господарства, багатьма різновидами продуктивної худоби тощо.

У своїй амортизаційній політиці сільськогосподарські підприємства України враховують фізіологічні особливості продуктивної худоби, умови її утримування, що і ще раз доводить об'єктивність і аргументованість поглядів.

Список літератури.

1. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 р. № 283/07-ВР зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/334/94-вр>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затв. наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 року № 92. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>

3. Захожай В.Б.. Бухгалтерський облік у галузях економіки. 2005. С. 966. URL: <https://fingal.com.ua/content/view/243/35/1/1/>

4. Харитонova. Амортизація і вибуття поголів'я основного стада. Баланс-Агро, Дніпропетровськ, 2003, № 8-2.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рябикіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Рябикіна К.Г.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Кравчук Л.М.**, ст. викл. кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Скороход В.С.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Економічний розвиток України залежить від ефективності функціонування сфери матеріального виробництва, в галузях якої створюється національний доход. Важливе значення у цьому аспекті має функціонування підприємств гірничо-збагачувального комплексу України та Криворізького залізрудного басейну (Кривбасу), а також процеси ефективного використання основних засобів як головного елемента їх техніко-технологічної бази.

Мета дослідження. У ході розвитку цивілізованих ринкових відносин поняття основних засобів виражає певну систему відносин, взаємозв'язок із такою економічною категорією як капітал, передаючи його сутнісні характеристики. Необхідно також мати чітке уявлення про роль основних засобів у виробничому процесі та про чинники, що впливають на їх використання. Внаслідок цих знань можна розробити методи та виявити напрями більш ефективного їх використання.

Матеріали та методи. Різноманітність видів основних засобів дозволяє кожному підприємству поліпшити їх структуру за рахунок підвищення частки виробничого устаткування, сприяння ефективному її використанню завдяки більш раціональному розміщенню, проведенню вчасних ремонтів, модернізації та заміні обладнання. У результаті таких дій підприємство зможе забезпечити зниження витрат виробництва та зростання продуктивності праці.

Розвиток ринкових відносин підвищує рівень відповідальності суб'єктів господарювання за результатами своєї діяльності. Тому актуальною проблемою

є визначення ефективності використання основних засобів з урахуванням оцінки їх технічного стану, виявлення та реалізація резервів їх підвищення, а також найбільш важливих чинників, які впливають на рівень використання основних засобів суб'єктами господарювання.

Результати. Ефективне використання основних засобів має важливе значення як для підприємства, так і для економіки країни в цілому. Найбільш повне їх використання веде до зменшення потреби у введенні в експлуатацію нових виробничих потужностей; збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення рівня її якості, збільшення економічного потенціалу та виробничих можливостей; підвищення технічного рівня виробництва, появи широких можливостей для забезпечення гнучкості підприємства як виробничої системи [2]; збільшення темпів зростання продуктивності праці, поліпшення якості промислової продукції та інших показників [1].

Висновки. Тому необхідно на основі використання теоретичних підходів та методичних рекомендацій, викладених у працях вітчизняних і зарубіжних учених щодо формування та використання основних засобів підприємства, інформаційної бази даних Державного комітету статистики України, статистичної та бухгалтерської звітності гірничо-збагачувальних комбінатів Кривбасу з урахуванням правового поля – чинних законодавчих та нормативних документів, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання в Україні, розглянути питання, пов'язані з ефективністю використання основних засобів гірничо-збагачувального підприємства, та здійснити пошук шляхів її підвищення.

Від їх вирішення залежить конкурентоспроможність підприємства, рівень його фінансового стану, соціально-економічні показники розвитку трудового колективу, рівень задоволення споживачів на ринку продукції.

Список літератури.

1. Измайлова О. О. Аналіз ефективності використання основних засобів гірничо-збагачувальних підприємств. *Вісник Криворізького національного університету*. 2012. Вип. 32. С. 290–296.

2. Іщенко М. І. Матеріально-технічний базис забезпечення фінансово-економічних результатів гірничо-збагачувальних комбінатів. *Вчені записки «Університету КРОК»*: зб. наук. праць. Серія «Економіка». 2013. Вип. 34. С. 123–131.

УДК 658.147

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Рябикіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємства, **Рябикіна К.Г.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємства, **Гайдай К.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Фінансовий стан підприємства в сучасних умовах є важливим показником його ефективності і відображає всю інформацію про діюче підприємство. Аналіз формування та ефективності використання власного капіталу сьогодні є однією з найважливіших складових фінансового аналізу та є основним джерелом фінансування підприємства. Роль показника "власний капітал" для підтримання нормального фінансового стану підприємства настільки значуща, що він отримав законодавче підтвердження в Цивільному кодексі України, зокрема в частині вимог щодо співвідношення статутного капіталу та чистих активів господарських товариств [3].

Мета роботи. Проблеми аналізу формування власного капіталу завжди були в центрі уваги економістів. Значний вклад в дослідження даної проблеми був внесений як вітчизняними, так і зарубіжними вченими та науковцями: Ф. Ф. Бутинець, І. Бланк, Дж. К. Шим, Г. Г. Кірейцев, В. В. Ковальов та ін.

Матеріали та методи. Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 2 "Баланс", затвердженим наказом Міністерства

фінансів України від 31.03.99 р. №87, власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [2].

Згідно П(С)БО 2 "Баланс" власний капітал підприємства включає такі елементи: статутний капітал, пайовий капітал, додатковий вкладений капітал, інший додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), неоплачений капітал, вилучений капітал [2].

Результати. Особливості формування окремих складових власного капіталу підприємств зумовлюються нормами законодавства щодо організаційно-правових форм підприємств та форм їх власності, а також щодо порядку формування і руху власного капіталу.

Основу власного капіталу більшості підприємств становить статутний капітал. Дані про його розмір та зміни, як правило, фіксуються в установчих документах та вносяться в Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. У процесі діяльності статутний капітал може бути збільшений або зменшений. Збільшення статутного капіталу здійснюється за рахунок додаткових вкладів, реінвестиції дивідендів та прибутку; шляхом збільшення кількості акцій за номінальною вартістю, або збільшення номінальної вартості акцій. Зменшення статутного капіталу відбувається шляхом зменшення кількості акцій за номінальною вартістю або зменшення номінальної вартості акцій (шляхом їх викупу з подальшим анулюванням).

При формуванні статутного капіталу підприємства учасники стикаються з проблемами визначення загального його розміру та розміру кожного внеску, предмету вкладу, строку сплати внесків. З нашої точки зору операції, пов'язані з формуванням статутного капіталу потребують більш чіткого законодавчого врегулювання.

Основу власного капіталу деяких підприємств (споживчих товариств, колективних сільськогосподарських підприємств, житлово-будівельних кооперативів, кредитних спілок тощо) становить пайовий капітал. Він формується за рахунок пайових внесків. На відміну від статутного капіталу розмір пайового капіталу не фіксується в статуті підприємства. Механізм

формування пайового капіталу окремих підприємств аналогічний механізму формування статутного капіталу [1, с.143].

Підприємство може формувати тільки або статутний, або пайовий капітал. Деякі підприємства (приватні підприємства, об'єднання підприємств або громадян тощо) не формують ні статутного, ні пайового капіталу.

Висновки. Отже, власний капітал – це власні джерела підприємства, внесені його засновниками, або суми реінвестованого чистого прибутку, які використовуються для формування активів підприємства у грошовій або матеріальній формі.

Наявність або відсутність того чи іншого елементу власного капіталу у його структурі залежить, в першу чергу, від організаційно-правової форми підприємства, а для приватних за формою власності підприємств ще й від належності до тієї чи іншої групи. Крім того, на структуру власного капіталу впливають також вимоги законодавства щодо реєстрації внесків учасників. Відповідно до цих вимог і виділяється статутний капітал (або пайовий), реєстрація якого є обов'язковою, та інший капітал, який не підлягає реєстрації.

Процес формування власного капіталу супроводжується рядом проблем, що впливає на управлінський аспект фінансових рішень на підприємстві. Визначені проблеми потребують подальшої детальної розробки як в теорії, так і в практиці фінансового менеджменту та можуть бути вирішені лише за умови вдосконалення чинного законодавства.

Список літератури.

1. Назарбаева И. Отчет о собственном капитале: строка за строкой / И. Назарбаева // Бизнес. Бухгалтерия. 2007. № 12. С. 136-145.
2. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 2 "Баланс", затверджене наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 87.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 40-44, ст. 356.

СКЛАДОВІ ПРИЙНЯТТЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ РІШЕНЬ: ЛОГІКА, ІНТУЇЦІЯ, ДОСВІД

Рябикіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Рябикіна К.Г.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Царенко В.О.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Кожна людина щодня приймає безліч рішень, і перш за все, у сфері трудової діяльності. Правильно приймати рішення – це сфера науки та практики, необхідний атрибут будь-якого менеджера.

Мета роботи. Приймати господарські рішення зараз доводиться в доволі не легкий час, і необхідно обрати правильний варіант з декількох можливих, і це дуже складно розрахувати. Навіть найкращі прогнози, як нам здається, не в змозі повністю виключити невизначеність ринку, що може призвести до ризиків. Тому керівник повинен володіти певною сукупністю знань та вмінням приймати правильні рішення. Прийняття рішення це психологічний процес який включає логіку, інтуїцію, судження, раціональність та досвід.

Матеріали та методи. Прийняття рішень можна уявити у вигляді трикутника, сторонами якого є логіка, інтуїція та досвід. В ідеалі, всі названі елементи повинні бути абсолютно збалансованими рис. 1. Але від стилю прийняття рішення та його типу акценти значною мірою можуть бути змінені. Взаємодія цих факторів й визначає форму трикутника: коли логіка, інтуїція та досвід взаємоузгоджені – трикутник рівносторонній, а якщо переважає один чи два параметри – трикутник різносторонній. Наприклад, стиль прийняття рішень керівником, який дуже покладається на логіку і в меншій мірі – на власний досвід, і вже зовсім мало звертає уваги на інтуїцію, ілюструє трикутник рис. 2[1, с. 51].

Результати. Залежно від ступеня впливу кожного із аспектів на процес прийняття рішення виокремлюють такі підходи:

інтуїтивні рішення – це вибір, який зроблений тільки на основі відчуття того, що це правильно. Ще його називають «шосте почуття». Такий вибір частіше всього приймають творчі особистості, але при цьому існує дуже великий ризик помилок, тому ці рішення повинні прийматись лише в крайньому випадку, як виняток із правил.;

інсайтні рішення – усвідомлення рішення конкретної проблеми. У момент інсайту (осаяння, прозріння) рішення усвідомлюється ясно, однак ця виразність часто носить короточасний характер. Необхідна свідомо фіксація управлінського рішення [4].;

рішення, які ґрунтуються на судженнях (адаптивні рішення) – це вибір, багато в чому подібний до інтуїтивних рішень, але в його основі лежать знання і осмислений досвід минулого. Частіше всього такі рішення ефективні при стабільних умовах, при частому повторюванні ситуації [7, с. 43; 4, с. 10].;

врівноваженні рішення – це вибір керівників, які уважно і критично відносяться до своїх дій та їх перевірки. Перед ухваленням прийнятого рішення, вони повинні чітко передбачити результати.;

імпульсивні рішення – керівники приймають раптово, як виклик на ситуацію, яка виникла, але ці рішення не достатньо обґрунтовані, в наслідок слабкої поінформованості. [5].;

інертні рішення – це вибір який приймається на основі існуючих управлінських шаблонів, адміністративних обмежень. Ці рішення не мають оригінальності, новаторства та блиску, а тому легко передбачаються [4, 5];

ризиковані рішення – це вибір керівників, які впевнені в собі, не бояться брати відповідальність при прийманні рішення в умовах високого ступеня невизначеності ситуації.;

обережні рішення – це вибір також приймається в умовах невизначеності, але керівник не впевнений в позитивних наслідках цього рішення та чекає поки ситуація сама не вирішиться, тобто супроводжується тимчасовою бездіяльністю керівника.;

раціональні рішення (аналітичні) – Ці рішення мають найменший ступінь ризику і складаються з: виявлення проблеми, обробки інформації, аналізу проблеми, оцінки можливостей, розробки й оцінки варіантів рішень та остаточного вибору оптимального варіанту з доведенням його до виконавця [6].

Висновки. Для того щоб ухвалене рішення принесло очікуваний результат, важливо встановити зворотній зв'язок між керівником та підлеглими, постійно контролювати та відстежувати ситуацію щоб своєчасно скоригувати дії, якщо це потрібно.

Гарант успішності рішення – це поєднання різних підходів у процесі прийняття управлінських рішень і цим повинен володіти кожен керівник.

Список літератури.

1. Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І., Костусєв О.О., Котова І.М., Сментина Н.В. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навч. посібник. Одеса: ОНЕУ, 2013. 670 с.
2. Орлів М.С. Підготовка і прийняття управлінських рішень: навч.-метод. матеріали. К.: НАДУ, 2013. 40 с.
3. Полінкевич О.М., Волинець І.Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посібник. Луцьк.: Вежа-Друк, 2018. 336 с.
4. Приймак В.М. Прийняття управлінських рішень: навч. посібник. К.: Атіка, 2008. 240 с.
5. Кальниш Ю.Г., Лозинська Т.М., Тимцуник В.І. Публічне управління та адміністрування : навч. посіб. Полтава: РВВВ ПДАА, 2015. 280 с.
6. Федоренко В.Г. Основи менеджменту: підручник. К.: «Алерта», 2007. 420 с.
7. Хвостіна І.М. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2013. 253 с.

ЕКОНОМІЧНИЙ БАЛАНС: АКТУАЛЬНІСТЬ ВИЗНАННЯ

Турило А. А., д.е.н., професор кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Зима О.М.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. В системі економічних законів, що досліджуються, виявляються і конкретизуються економічною наукою, відсутній на теперішній час такий закон, як закон економічного балансу.

Настав час «кристалізації», конкретизації і змістовного визначення закону економічного балансу.

Мета роботи. Впровадження в систему менеджменту суб'єктів господарювання питань дослідження, оцінки і управління процесами економічного балансування.

Матеріали та методи. В системі об'єктивних законів розвитку суспільства закон економічного балансу «витає» і має за основу свого походження всезагальний закон рівноваги. Значимість і особливість закону економічного балансу полягає в тому, що за своєю специфікою він більш предметно і змістовно розкриває одну із сторін загального по відношенню до нього закону рівноваги. Так, закон економічного балансу:

- 1) вказує на сферу його дії (економічну діяльність);
- 2) дозволяє дослідити зміст балансу саме з економічних позицій;
- 3) вказує на об'єктивність його дії на макро- і мікрорівнях;
- 4) є основою щодо системних досліджень стосовно сутності, форм існування та прояву в реальній практиці закону економічного балансу;
- 5) визначає методологічні засади оцінювання і управління економічним балансом на різних рівнях суспільного виробництва;
- 6) є важливою частиною сукупності об'єктивних економічних законів, що діють у суспільстві;

7) має прямий і опосередкований вплив на інші сфери суспільної діяльності;

8) визначає один із видів всезагальної рівноваги в аспекті дії даного об'єктивного закону.

Результати. Економічний факт полягає в тому, що економічний аспект стосовно такого явища як баланс не отримав своєї належної уваги серед науковців і практиків у вигляді конкретних досліджень, науково-методичних і практичних розробок, як то:

1) формування і трактування закону економічного балансу;

2) дослідження сутності економічного явища і економічної категорії «економічний баланс»;

3) дослідження взаємозв'язку економічного явища «економічний баланс» з процесом економічного розвитку будь-якого суб'єкта господарювання;

4) дослідження чинників, показників і параметрів, що характеризують та розкривають сутність закону і категорії «економічний баланс»;

5) розробка теоретико-методичних і практичних положень та рекомендацій по формуванню процесу балансування;

6) дослідження і визначення місця економічного балансу в загальному і економічному механізмі діяльності суб'єкта господарювання;

7) дослідження взаємозв'язку таких процесів у діяльності суб'єкта господарювання як балансування, конкуренція, ефективність та інновація.

Висновки. Отримавши своє місце в системі об'єктивних економічних законів, він дозволить у єдності з іншими законами більш глибоко та структуровано досліджувати і аналізувати економіку на всіх рівнях суспільного господарювання.

Історично на «плаву» залишалися тільки ті суб'єкти господарювання, що забезпечували своє функціонування у відповідних координатах збалансованості і тим самим вигравали конкурентну боротьбу.

Факт бажання щодо дотримання повного балансу всіма суб'єктами господарювання в своїй діяльності підтверджується всією історією існування та розвитку світової економіки.

Такий закон має своїм джерелом і спирається на закони природи, об'єктивність і діалектизм природніх та глобальних суспільно-економічних процесів і явищ.

Список літератури.

1. Губський Б. Економічна безпека України: методологія виміру, стан і стратегія забезпечення. К, 2001. 122 с.
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. Спб.: Питер. 2002. 544 с.
3. Анфилов В. Системный анализ в управлении: Уч. пособие. М.: ФиС. 2002. 368 с.
4. Евдокимов Ф.И. Мизина Е.В. Экономическая устойчивость предприятия как фактор его безопасности. Наукові праці ДНТУ. Серія економічна. 2001. Вип. 37. С. 16-25.

УДК 621:658

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Турило А.А. д.е.н., професор кафедри економіки, організація та управління підприємствами, **Нікітін Я.О.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин, коли суспільство досягло певних якісних і кількісних змін в своєму стані і вийшло на новий рівень свого існування, виникли по ряду різних причин нові виклики стосовно його подальшого прогресивного розвитку.

Це стосується без виключення всіх сфер діяльності людини (особливо екологічної, охорони здоров'я, безпеки життєдіяльності тощо). Однак в даній

роботі ми розглянемо проголошену проблематику в площині економічної діяльності людини.

Мета роботи. Представити людський капітал у його інтегрованому зв'язку з такими важливими аспектами діяльності певного суб'єкта господарювання як інноваційність, якість, менеджмент, конкурентність та інше.

Матеріали та методи. Потрібно відмітити, що людський капітал підприємства це не просто математична сума величин людського капіталу окремих працівників підприємства. Людський капітал підприємства і людський капітал окремих його працівників це різні речі, при чому як за своїм змістом, так і рівнем, місцем і силою впливу на об'єкти, предмети і результати діяльності, що прийняті до оцінки. В процесі своєї діяльності топ-менеджмент підприємства повинен враховувати ці обставини. Одне з ключових завдань топ-менеджменту підприємства в цьому аспекті є:

- з'ясувати горизонтальний і вертикальний зв'язок людських капіталів працівників підприємства (в ракурсі впливу на продуктивність сумісної і кінцевої діяльності);
- визначити відповідність рівня людського капіталу конкретного працівника посаді, що він займає;
- забезпечити синергетичний ефект від використання людського капіталу;
- сформувати відповідний стратегічний план стимулювання і розвитку людського капіталу на підприємстві;
- гармонізувати стратегічний план розвитку людського капіталу із загальною стратегією діяльності підприємства.

Якщо топ-менеджмент вирішить таку складну проблему, то далі він може вирішувати наступні важливі завдання значно більш ефективно.

Високий рівень людського капіталу окремого працівника і в цілому підприємства є ключовою умовою забезпечення процесу його інноватизації. Людський капітал, і тільки він, є джерелом створення певних, необхідних даному підприємству (у відповідності зі специфікою його виробництва),

інновацій у різних сферах його діяльності (управлінській, організаційній, технічній, економічній, соціальній та ін.). Однак якість персоналу реалізується не тільки в цьому. Він дозволяє, в залежності від сформованого рівня, в більшій або меншій мірі визначити потреби підприємства в інноваціях (внутрішніх та зовнішніх); дослідити обсяги і продуктивність інновацій, обґрунтувати загальний процес інноватизації підприємства і окремих його підрозділів; визначити вплив інновацій на економічні процеси, тощо.

Результати. Інфраструктура і її інноваційність, на будь-якому рівні господарювання, є важливою умовою, щоб всі основні і допоміжні елементи системи, що утворюються та в подальшому функціонують, могли не просто функціонувати строго за своїм змістовним призначенням, а і з максимальною ефективністю (через саме свою інноваційність). Саме тому пильна увага до інфраструктури, аналіз її на рівнях із всіма іншими елементами в загальній системі діяльності будь-якої суспільно-господарчої чи підприємницької структури, призводить до важливих висновків стосовно коригування напрямків використання можливостей людського капіталу в аспекті інноваційності та продуктивності інфраструктури як такої, що нами представлена.

Висновки. В цілому розглянуті в даній роботі погляди і підходи до значимості та взаємозв'язку таких важливих аспектів в діяльності підприємства (або іншого виду структури) як: людський капітал, менеджмент, інноваційність, якість і конкурентність дозволять більш конструктивно і ефективно розвивати підприємство як відкриту систему.

Список літератури.

1. Турило А.М., Короленко Р.В. «Визначення сутності економічної категорії «людський капітал працівника підприємства» / «Інвестиції: практика та досвід»: науково-практичний журнал. Київ, 2014. №7. С. 52-56.
2. Stewart T. The Intellectual capital. The New Wealth of Organizations. - N.Y.; L.: Cuzzen-cy. 1997.
3. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб: Питер, 2009. 848с.

4. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: підручник. К.: Знання, 2008. 481с.

УДК 338.314

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Стрельчук А.М.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В сучасних кризових умовах господарювання, коли зростає конкуренція, одним з важливих показників діяльності підприємства є рентабельність. Мета кожного підприємства - отримати дохід від вкладеного капіталу у виробництво. Рентабельність дає змогу оцінити чи правильно працює підприємство, та чи окупаються кошти, вкладенні у ресурси. Актуальність дослідження шляхів підвищення рентабельності на підприємстві зумовлена фінансово-економічною кризою, яка поширюється під впливом всесвітньої пандемії COVID-19. Будь-який комерційний, інтелектуальний або господарський проект має на меті вкладення ресурсів й отримання прибутку, тому розраховувати дохід з урахуванням усіх факторів, що впливають на нього, необхідно ще на стадії планування економічної діяльності.

Мета роботи. Визначити основні шляхи підвищення рентабельності як головного індикатора ефективності діяльності підприємства в сучасних кризових умовах господарювання.

Матеріали та методи. Проблемі пошуку шляхів підвищення рентабельності підприємства приділяли увагу багато відомих науковців, а саме: І.В. Алексєєв, І.А. Бланк, О.М. Гриньова, А. Г. Загородній, Г.Г. Кірейцев, В.В. Ковальов, А.С. Мороз, М.К. Пархомець, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, Г.В. Савицька, Н. В. Тарасенко, М. В. Тітов, М. Г. Чумаченко та ін.

Але в кризових умовах господарювання підприємства потребують пошуку нових підходів до зростання рентабельності та шляхів підвищення ефективності фінансово-економічної діяльності.

Результати. Рентабельність – це відносний показник результатів діяльності підприємства, показник прибутковості, який показує ефективність виробництва. Об'єктивно існують два шляхи підвищення рентабельності:

1. Зниження витрат.
2. Збільшення прибутку.

Вважається, що підвищити рентабельність можна знизивши собівартість і розширивши збут. Насправді для ефективного контролю прибутковості необхідний облік багатьох факторів: внутрішніх і зовнішніх. З цієї причини розрізняють специфічні показники рентабельності: продажів, активів, виробництва, власного і позикового капіталу, основних засобів та інші.

Ці два шляхи підвищення ефективності виробництва вирішуються такими загальними методами, як: впровадження інновацій, диверсифікація матеріальних потоків, оптимізація кредитної політики й оподаткування тощо. Активи також використовуються з більшою або меншою прибутковістю. Проведення фінансових операцій (наприклад, на фондовому або кредитному ринку) може сприяти збільшенню загальної рентабельності підприємства. З усього перерахованого вище можна зробити висновок про те, що крім загальної рентабельності, необхідний її аналітичний облік за окремими напрямками й аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства [1].

Одним з важливих методів підвищення рентабельності виробництва є зниження собівартості продукції. Йому сприяють внутрішні й зовнішні чинники. До перших, внутрішніх, відноситься все, на що менеджмент підприємства може вплинути: створення оптимальної системи управління, рівень автоматизації, технології, способи контролю якості, раціоналізація виробничих процесів і т. д.

До зовнішніх факторів належать обставини, невіддільні керівникам окремо взятого підприємства: податкова політика держави, зміни цін на

сировину, ринкова кон'юнктура, тарифи перевізників і постачальників необхідних послуг та ін. На зовнішні фактори вплинути не можна, але їх неодмінно слід враховувати при плануванні виробництва, формуванні асортименту й інших заходах, що сприяють максимізації прибутку. Також сюди можна віднести зниження цін на продукцію, так як це дає змогу підприємству підтримувати низькі витрати. Споживачі надають перевагу дешевим і доступним товарам [2].

Отже, для збільшення прибутку необхідно вжити таких заходів:

- збільшити ціну при тих же витратах;
- зменшити собівартість продукції, не зменшуючи ціну;
- підвищити якість продукції (що збільшить попит на продукцію й сприятиме зростанню прибутку) [3].

З нашої точки зору, один з не менш важливих факторів є поліпшення або розробка маркетингової політики фірми. Для цього використовують такі інструменти: акції, реклама у соцмережах, банери тощо. Всі запропоновані заходи сприятимуть зростанню прибутку, а з цим й підвищенню рентабельності підприємства.

Висновки. Таким чином, існує багато шляхів підвищення рентабельності на підприємстві, але об'єктивно їх можна поділити на: зниження витрат та збільшення прибутку. Ці два шляхи можна вирішити загальними методами, такими як: впровадження інновацій, підвищення якості продукції, збільшення асортименту, поліпшення або розробка маркетингової політики фірми, проведення фінансових операцій, більш ефективне використання вторинних ресурсів, застосування сучасних технологій, які призводять до зниження енергомісткості виробництва тощо. Але потрібно розуміти, що високі показники рентабельності не завжди відповідають найвигіднішим сферам бізнесу. Для розрахунку оцінки діяльності підприємства існує багато різних інструментів визначення стійкості та стабільності положення компанії на ринку: розрахунок фінансової стійкості, ліквідності, прибутковості та інші.

Отже, аналізування показників прибутковості підприємства, зокрема, рентабельності дає можливість визначити ефективність вкладених фінансових ресурсів у виробничо-господарську діяльність підприємства, раціональність та оптимальність їх використання.

Список літератури.

1. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий огляд*. 2015. Том 2. № 12. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/421> (дата звернення: 21.03.2021).

2. Шахно А.Ю., Царенко В.О. Основні напрями оптимізації витрат на підприємстві *Актуальні економіко-правові, соціальні та екологічні аспекти розвитку промисловості та суспільства*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (Кривий Ріг, 1–31 березня 2020 року). Кривий Ріг: КНУ, 2020. С.52-56.

3. Бочкарьова Т.О., Кулинич Р.О., Пігуль Н.Г. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. *Економіка і суспільство*. 2017. №10. С. 188 193. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/35.pdf (дата звернення: 23.03.2021).

УДК 330.322:331.101.262

ІНВЕСТИВАННЯ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Федоренко Т.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. В умовах розвитку науково-технічного та соціально-економічного прогресу погляди науковців на фактори економічного зростання та росту продуктивності людських ресурсів поступово змінюються. У сучасному світі

основою багатства та визначальним чинником конкурентоспроможності національної економічної системи є людський капітал. Використання державою нематеріальних видів капіталу, в тому числі інтелектуального та соціального, є показником економічної потужності нації, що забезпечує її благополучний розвиток.

Останнім часом все більше уваги до себе привертає процес інтеграції до своєї діяльності інноваційної складової. Актуальність впровадження такого відносно нового виду капіталу росте дедалі швидше. Значущість сформованого інтелектуального капіталу держави розкривається в показниках ефективності її діяльності, зокрема, це відображається в значенні рівня ВВП. Очевидно, що основною складовою інтелектуального капіталу є людський капітал, тому сучасні економісти найбільш вигідним напрямом інвестицій вважають капіталовкладення в розвиток саме цього напрямку, оскільки саме інтелектуальна складова, як показує досвід, здатна забезпечити довготривалий економічний ефект як для підприємства, так і для держави в цілому [1].

Мета роботи. На основі наукових підходів дослідити та узагальнити сутність категорії «інвестиції в людський капітал», проаналізувати стан інвестування в розвиток людського капіталу в Україні на сучасному етапі розвитку та запропонувати заходи підвищення ефективності інвестиційного процесу в умовах інноваційної економіки.

Матеріали та методи. Міркування з обраної теми були розпочаті ще в роботах таких науковців, як Г. Беккер, М. Блауг, Х. Боуєн, А. Сміт, Д. Рікардо, А. Монкрентьєн, К. Маркс, Т. Шульц та ін. Сьогодні, зважаючи на актуальність вивчення специфіки утворення та розвитку людського капіталу, ряд дослідників стає ширшим.

Значну увагу проблемам інвестування в розвиток людського капіталу приділяли вітчизняні економісти-науковці: Н. Азьмук, Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, А.М. Колот, О.Є. Кузьмін, А.В. Коровський, Е.М. Лібанова, В.Л. Осецький, Г.В. Прошак, Н.В. Ушенко та інші. Серед науковців є

дискусійним питанням про те, чи можна порівнювати інвестиції в людський капітал зі звичайними інвестиціями.

Основою методологічного апарату дослідження є використання методів системного аналізу, синтезу, наукової аналогії, спостереження, групування, статистичного аналізу, табличний, графічний методи та ін.

Результати. В сучасних умовах розвитку інноваційної економіки підвищуються вимоги до якості людського капіталу, що, насамперед, потребує певних витрат на його формування й розвиток. Опрацювання наукових думок фахівців дало змогу визначити сутність категорії «інвестування в людський капітал», що, з нашої точки зору, є всі цілеспрямовані витрати на формування та розвиток людини в грошовій або іншій формі (на освіту, професійну підготовку, підвищення кваліфікації, охорону здоров'я, мобільність, духовність тощо), які сприяють вдосконаленню професійного та інтелектуального зростання людини, підвищенню продуктивних здібностей, розвитку творчості та креативності, що приносить в майбутньому дохід як індивіду, так і суспільству в цілому [2].

Процес інвестування в людський капітал здійснюється за допомогою двох напрямків: вкладення фінансових коштів і ресурсів та витрати часу і праці. До таких капіталовкладень можна віднести видатки на навчання та підвищення кваліфікації, покращення стану здоров'я і демографічної ситуації в країні, розвиток комунікативних здібностей індивідів тощо. Варто зазначити, що основним рушієм розвитку людського капіталу є створення ефективної соціальної політики держави. Державне фінансування розвитку людського капіталу представлено в табл. 1.

Як видно з табл. 1, станом на кінець 2020 р. Україна вкладає у розширення та оновлення професійних та кваліфікаційних навичок населення 21,50 % всього виділеного на розвиток людського капіталу бюджету, що на 11,59 % менше, ніж було у 2018 р. Тобто спостерігається зниження витрат на освітній процес фахівців, що є негативною тенденцією діяльності держави.

Таблиця 1

Державні видатки на розвиток людського капіталу в Україні протягом
2018-2020 рр.

Показник	Рік					
	2018		2019		2020	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Видатки з Державного бюджету України, всього	1774671,05	100	1303864,81	100	1298827,29	100
освіта	587271,64	33,09	266080,36	20,41	279256,78	21,50
у т. ч. забезпечення функціонування Фонду розвитку інновацій	345117,00	19,45	64,03	0,005	-	-
охорона здоров'я	926248,72	52,19	926204,46	71,04	936745,19	72,12
фізичний та духовний розвиток	261150,69	14,72	111 579,99	8,56	82 825,32	6,38

Джерело: складено авторами на основі [3].

Маємо також скорочення частки видатків на фізичний та духовний розвиток населення загалом на 8,34 % протягом 2018-2020 рр. Причиною даних скорочень є світова пандемія, спричинена вірусом SARS-CoV-2, за рахунок чого були збільшені витрати на медичне обслуговування населення загалом на 1,13 %.

Соціальна політика являє собою ряд заходів, методів та інструментів держави, з використанням яких створюються умови для різнобічного розвитку людини, її вмінь та навичок, що в подальшому надає конкурентних переваг власникам цього капіталу на довгостроковий період. Серед основних складових соціальної політики держави можна назвати розвиток соціально-трудових відносин, освітньої системи, сфери охорони здоров'я та духовного розвитку населення, розподіл доходів населення, підвищення рівня соціальної інфраструктури та соціального захисту, проведення заходів щодо збереження навколишнього середовища тощо. Оскільки головним фактором розвитку соціально-економічного потенціалу країни є особистість з гідним рівнем професійних знань та кваліфікаційних навичок, достатньо мотивована людина з

нормальним психофізичним станом, то основним завданням держави на шляху до формування таких якостей є залучення інвестицій в освітній процес та науку, сфери охорони здоров'я та культурного розвитку населення. Також, необхідним є забезпечення не лише сприятливих умов праці, а й гідного рівня життя населення. Зокрема в Україні, регуляторна функція державної політики з питань формування та розвитку людського капіталу реалізується через Конституцію України, ряд прийнятих законів відносно цієї сфери, державні цільові програми тощо.

Висновки. Таким чином досліджено, що на сьогодні в Україні існує недосконалий механізм відтворення людського капіталу, що спричинено недостатнім рівнем інвестування в його розвиток. Високий рівень безробіття стримує професійне зростання індивідів, які змушені працювати на низько оплачуваних роботах, що обмежує інвестування в розвиток особистості.

Виходячи з вище сказаного, необхідно зазначити, що освіта, а головне – самоосвіта, є відправною точкою формування нових якостей людського капіталу. Статистичні дані говорять, що рівень освіти в Україні знаходиться не на першому місці, тому зараз активно використовуються альтернативні форми освіти (онлайн-тренінги, онлайн-курси). Це є досить доцільним в умовах сучасної епідеміологічної ситуації в Україні та світі [2].

Активізувати інвестування в людський капітал держави, окрім внутрішньої мотивації населення, допоможе удосконалення законодавства України в аспекті розвитку людського капіталу, формування відповідних державних програм, модернізація системи соціального захисту населення; проведення заходів щодо покращення міграційної ситуації в Україні з метою зменшення частки відпливу трудових ресурсів, а особливо інтелектуального капіталу; розробка системи пільгових цільових кредитів для молоді тощо.

Тобто, наразі необхідним є створення ефективної політики щодо розвитку та регулювання освіти та науки, зайнятості, соціального розвитку та міграційних процесів в Україні, яка була б не просто орієнтована на успішний європейський досвід, а й втілювала б в собі ці позитивні риси.

Список літератури.

1. Сахненко О.І., Сахно І.В. Інвестування у розвиток людини як пріоритетний напрям формування та управління людським капіталом. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №11. С.50-55.

2. Шахно А.Ю. *Людський капітал в умовах глобалізації: оцінювання, розвиток та державне регулювання*: монографія. Кривий Ріг: Видавництво ФО-П Чернявський Д.О. 360 с.

3. Державна казначейська служба України: офіційний веб-сайт. Звітність. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu> (дата звернення: 03.03.2021).

УДК 338.314

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА НАПРЯМКИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Томіліна А.К.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В сучасних кризових умовах господарювання, на які вплинула пандемія COVID-19, важливе значення має удосконалення механізму управління персоналом на підприємстві. Через карантинні обмеження значна кількість компаній перейшли на дистанційну форму роботи. Це також вплинуло на підвищення рівня вимог до кваліфікації й професіоналізму персоналу. Значущу роль відіграє розвиток персоналу — це рушійна сила прогресу. Конкурентна перевага і ринкова активність підприємств визначаються майстерністю і мотивацією персоналу, організаційним й соціальним розвитком. Підвищення кваліфікації людського капіталу означає поліпшення інноваційних, технологічних здібностей, спеціальних знань і можливостей. Формування концепції розвитку персоналу організації є однією з найважливіших функцій механізму управління персоналом й передбачає, що процес інвестування в

розвиток людського капіталу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Мета роботи. Головною метою роботи є дослідження особливостей управління персоналом на підприємстві та визначення напрямків його удосконалення.

Матеріали та методи. Аспекти управління розвитком персоналу досліджували такі зарубіжні і вітчизняні вчені: Ансофф І., Беляєва С., Богиня Д.П., Боумен К., Виханський О. С., Грішнова О.А., Колот А.М., Наумов О. І., Пономаренко В. С., Семикіна М.В., Череп А.В. та інші.

Для розв'язання визначених завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів роботи: методи системного аналізу та синтезу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, абстрактно-логічний метод.

Результати. Головною метою системи управління персоналом є забезпечення відповідних якісних характеристик персоналу для розвитку підприємства. Тобто управління персоналом, перш за все, повинне здійснюватися через управління його трудовими можливостями, що оцінюється як за ефективністю реалізації, так і за ефективністю розвитку трудового потенціалу працівників.

Створення конкурентоспроможного підприємства завжди пов'язане з розвитком людського капіталу, підвищенням рівня його інтелектуалізації. Новітні, сучасні принципи організації виробництва, які закладені в нових методиках управління, залежать від конкретних працівників та їхніх умінь, знань, компетентностей, кваліфікації, дисципліни, мотивації, здатності розв'язувати проблеми та сприймати навчання.

Економічне зростання будь-якої організації полягає в тому, що працівники, які володіють необхідним обсягом знань, умінь і навичок та здатні до інноваційної праці, забезпечують більш високу продуктивність та ефективність, якість праці при раціональному використанні матеріальних ресурсів.

Для успішного підприємства персонал становить головну цінність, виступає джерелом формування високої ринкової вартості. Одним із найголовніших аспектів конкурентоспроможного підприємства - це наявність нових технологій, тобто інновацій [1].

Інноваційний механізм управління персоналом підприємства – це складна система принципів, методів, функцій, наукових підходів формування та розвитку людського капіталу у відповідності до загальної стратегії компанії, яка спрямована на підвищення рівня інтелектуалізації персоналу, впровадження моделі «освіта протягом життя», зростання професіоналізму персоналу й здатності його використовувати інновації, що підвищує конкурентні переваги підприємства та збільшує його прибуток.

Головна мета інноваційної системи управління персоналом — здійснення кадрової політики, яка сприяє забезпеченню підприємства працівниками, що постійно генерують інновації у всіх напрямках своєї діяльності, та створення відповідних умов для впровадження сучасних технологій. Інноваційна система управління персоналом базується на застосуванні таких сучасних технологій, як: HR-менеджмент, рекрутинг, скринінг, хедхантинг, контролінг, аутсорсинг, аутстафінг, використання штучного інтелекту у підборі персоналу, формування програм емоційного інтелекту, гейміфікація як новітня бізнес-концепція тощо [2].

До основних концепцій управління персоналом науковці відносять:

1) теорія управління трудовими ресурсами (наукова та технічна, а не управлінська підготовка працівників, єдність керівництва, баланс між владою і відповідальністю, дисципліна. Основа – наукова теорія управління Ф. Тейлора);

2) управління персоналом (саме працівники впливають на продуктивність роботи на виробництві, тому важливою є підбір персоналу, їх оцінка, навчання, вивчення специфіки потреб працівників та розробка програм для їх задоволення);

3) управління людськими ресурсами (теоретична основа — теорія «людських відносин» Елтона Мейо);

4) управління людиною (акцентування уваги на організаційній культурі, вплив культурного та духовного аспекту на формування управління персоналом; теоретична основа — філософія японського менеджменту, людина в системі управління виступає як головний суб'єкт організації) [3].

Значну роль в управлінні персоналом відіграє удосконалення мотиваційного механізму. Саме особиста мотивація людей спонукає на постійне удосконалення, розвиток й саморозвиток, підвищення кваліфікації, очікуючи при цьому підтримки з боку підприємства.

З нашої точки зору, для підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві необхідно:

- застосування нових форм та моделей робочого часу, інноваційних форм зайнятості;
- впровадження соціальних технологій та створення координаційних центрів управління персоналом;
- формування ефективної моделі управління персоналом у системі HR-менеджменту та створення творчого інноваційного клімату;
- удосконалення системи управління персоналом з використанням сучасних інноваційних технологій (HR-інновацій) тощо.

Висновки. На сьогоднішній день, у нинішніх ринкових умовах, коли стабільний економічний процес виробництва достатньо великою мірою залежить від зацікавленості працівників у кінцевих результатах, виникає потреба у розкритті їх трудового потенціалу, а через це – в стимулюванні особистості до саморозвитку й здатності до інноваційної праці. Головним фактором успіху у вирішенні цього питання є розробка програми комплексної мотивації персоналу, що розглядається в умовах узгодження кадрової політики та стратегії розвитку і поєднує соціальні, економічні, організаційні та психологічні аспекти.

Список літератури.

1. Шахно А.Ю., Астаф'єва К.О., Темченко Г.В., Бондарчук О.М. Механізм забезпечення засад «людиноцентричності» у процесі управління персоналом підприємства. *Економіка та держава*, 2021. №3. С. 77-82.
2. Кушнерик О.В. HR-менеджмент: інноваційний підхід до управління персоналом. *Підприємництво та інновації*, 2020. Вип. 12. С. 125-129.
3. Жавела К.А., Жавела А.К. Сучасні концепції та інноваційні технології в системі управління персоналом. *Інвестиції: практика та досвід*, 2019. № 22. С. 73-78.

УДК 339.35

**АНАЛІЗ СТАНУ ДІЛОВОЇ АКТИВНОЇ ВІТЧИЗНЯНИХ
ПІДПРИЄМСТВ У 2020 Р.**

Астаф'єва К.О., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Орел В. А.** здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Останні роки економіки багатьох країн потерпають від наслідків карантинних обмежень пов'язаних з COVID-19. Більшість галузей економік світу постраждали від зниження обсягів реалізації готової продукції у зв'язку з призупиненням багатьох інвестиційних проектів, жорстким карантинном для населення, закритті магазинів та загалом зниження темпів комерційної активності. Україна також постраждала від COVID-19, тому з метою виявлення темпів зніми ділової активності необхідно надати характеристику індексам обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості.

Мета роботи. Надати характеристику діловій активності підприємств України у розрізі аналізу індексів обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості за 2020 р.

Матеріали та методи. Враховуючи мету дослідження, пропонуємо розібратися у сутності терміну ділова активність з точки зору суб'єктів господарювання на рівні країни. У економічній літературі зустрічаються доволі різнопланові трактування сутності ділової активності. На наш погляд доцільно звернути увагу на роботу дослідника О. О. Шеремета [1], який пропонує ділову активність розуміти з точки зору ефективності діяльності на зовнішньому та внутрішньому ринку. При чому при аналізі ділової активності підприємств України пропонуємо вернути увагу на зміну індексу обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості. Останній відображає зміни обсягів реалізації продукції за короткостроковий період та розраховується за

встановленою методикою наказом Державного комітету статистики України від 27. 07. 2007 р. №277 (у редакції наказу Державної служби статистики України 12.03.2012 №86) [2].

Відповідно до [2] методологія розрахунку індексу є наближеною до підходу розрахунку індексу виробництва адже протягом року динаміка обороту повторює динаміку виробництва з деяким запізненням. Індекс обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості характеризується, як середньозважена величина. При визначенні системи ваг необхідно орієнтуватися на річний обсяг розподілу обороту промислової продукції за видами економічної діяльності. Структура зважувального індексу залишається однаковою протягом певного базисного року.

Загалом індекс обороту визначається як індекс вартості (або індекс змін) у кількості продукції і цінах. Отже розрахунок індексу виконується на основі статистичної інформації яку подають підприємства (Форма №1-ПЕ місячна) про обсяг реалізації продукції у фактичних цінах за видами діяльності та поетапним зважуванням індексу на частку обсягу реалізації промислової продукції кожного виду діяльності [2].

Результати. З метою характеристики стану ділової активності підприємств України було проаналізовано статистичну інформації стосовно індексів обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості за 2020 р. (рис. 1.).

Відповідно до інформації наведеної на рис. 1, початок 2020 р. приніс зниження темпів ділової активності. За результатами січня 2020 р. індекс обороту за добувної продукції склав 89,9 част. од., за переробною промисловістю – 78,5 част. од. Подібне падіння обсягів реалізації продукції стало наслідком загалом зниження темпів розвитку економіки, яке спостерігається з серпня місяця 2019 р.

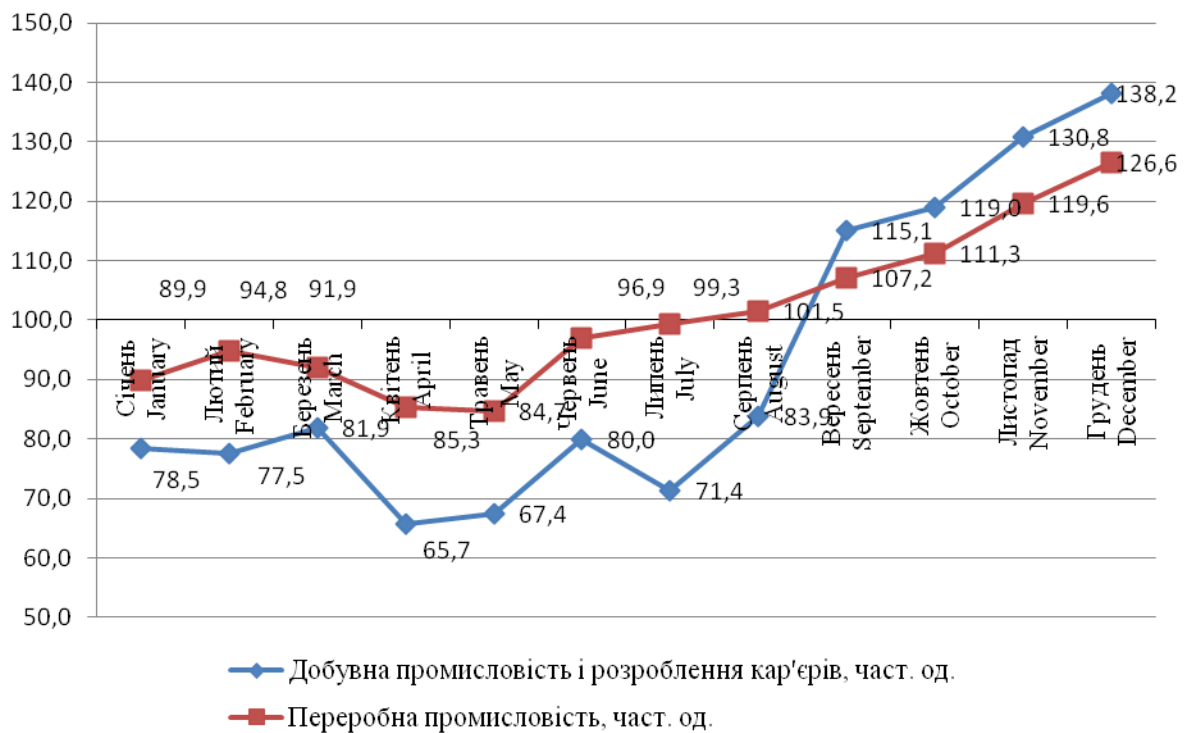


Рис. 1 Динаміка індексів обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості за 2020 р.

Разом з загальною несприятливою ситуацією у країні, до зниження темпів розвитку додалися наслідки тотальних карантинних обмежень як в Україні та і в країнах світу. Тому у квітні та травні 2020 р. маємо катастрофічне падіння індексу обороту (реалізації) продукції добувної промисловості і розроблення кар'єрів до 65,7 част. од. та 67,4 част. од. відповідно. Аналізуючи аналогічний період за переробною продукцією, зазначимо що обсяг реалізації зменшується відносно квітня і травня 2019 р., але не так значно.

Загалом на рис. 1 видно, що покращення ситуації, щодо зміни обсягу реалізації продукції просліджується починаючи з серпня місяця (розрахований індекс у серпні склав 101,5 част. од.). Індекс обороту (реалізації) продукції добувної промисловості починає швидкими темпами вирівнюватися з вересня (115,1 част од.) та у кінці року досягає значення 138,2 част. од. Але необхідно зазначити, що такий вибуховий приріст зумовлений не скільки зростанням реального обсягу реалізації, а скоріше підвищенням цін на реалізовану продукцію (протягом 2019 р. вартість 1 т. залізорудної сировини коливалась у

межах від 80 до 90 доларів США, починаючи з 31.03.2020 р. ціна зростає і на кінець 2020 р. досягає 120 доларів США) [4].

Висновок. Резюмуючи вище сказане зазначимо, що у 2020 р. ситуація щодо зниження темпів ділової активності була присутня у діяльності вітчизняних підприємств. Разом з тим кінець 2020 р. та початок 2021 р. характеризуються зростання цін на значний перелік сировинних ресурсів (залізорудної, сільськогосподарської та ін.). Отже у України є потенційні можливості покращити стан ділової активності на зовнішньому ринку.

Список літератури.

1. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз : підручник. Київ: 2009. 196 с.
2. Методичні положення з розрахунку індексу обороту продукції промисловості: затв. Наказом Державного комітету статистики України від 27.07. 2007 р. №277. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 3.03.2021)
3. Індекси обороту (реалізації) продукції добувної та переробної промисловості за видами діяльності та основними промисловими групами (ОПГ) у 2020 році : статична інформація. *Державна служба статистики України*. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/pr/iopdp/iopdp_u/a_rh_iopdp_u.html
4. Железная руда график in USD / finanz.ru: веб-сайт. URL: <https://www.finanz.ru/birzhevyye-tovary/grafik/zheleznaya-ruda-cena/usd>

УДК 339.137.2

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Астаф'єва К.О. к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Тхоренко Д.В.** здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Минулий 2020 рік приніс значні структурні зміни у комерційну діяльність підприємств всього світу. Більша частина всіх комерційних

операцій перейшла у електронний простір, що призвело до посилення рівня конкуренції в умовах електронного бізнесу. Наведене спонукає до розгляду практичних рекомендацій, щодо підвищення конкурентоспроможності в умовах електронної комерції.

Мета роботи. Метою роботи є розробка практичних рекомендацій, щодо формування якісних конкурентних переваг для суб'єктів підприємницької діяльності в умовах електронної комерції. Розробку виконано на прикладі інтернет-магазину «STREETWEAR».

Матеріали та методи. Для розробки практичних рекомендацій було використано наступні методи наукового дослідження: теоретичний аналіз, метод збору та порівняння інформації.

Результати. З метою розробки практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг було проаналізовано діяльність інтернет-магазину «STREETWEAR» [1].

«STREETWEAR» – мультибрендовий інтернет-магазин одягу, сумок та аксесуарів. В каталозі веб-сайту представлений широкий вибір продукції легкої промисловості стилю «casual». Цільова аудиторія: жінки та чоловіки, від 16 до 30 років. Ціни на представлені товари є середньоринковими. Інтернет-магазин часто встановлює акційні ціни на свій товар, а для нових клієнтів можливість отримати знижку від 3% до 5% на першу купівлю. Магазин пропонує скористатися всіма перевагами online покупок: вибір зручного способу оплати товару, швидка доставкою і можливість повернення покупки.

Конкурентна боротьба спонукає підприємства використовувати і вдосконалювати існуючі технології, адже успішне існування економічних суб'єктів господарювання в Інтернет-середовищі має стратегічне значення для формування їхньої конкурентоспроможності у майбутньому.

На сьогодні світова економіка накопичила доволі значний практичний досвід роботи суб'єктів електронної комерції. Для визначення конкурентних переваг в умовах роботи на території України можна звернутися до досвіду

відомих інтернет-магазинів: leboutique.com; lamoda.ua; kasta.ua та інші. А також розглянути пропозиції з аналогічними товарами на інтернет-платформах: prom.ua; rozetka.com.ua; olx.com та інші.

З метою розробки практичних рекомендації щодо конкурсних переваг для інтернет-магазину «STREETWEAR» було проаналізовано діяльність вище перелічених магазинів. Аналіз було виконано за критеріями: асортимент та ціни, умови доставки, представлення товару покупцеві, програми лояльності та інші програми із забезпечення деяких аспектів соціальної відповідальності бізнесу. Встановлено, що розглянуті інтернет-магазини на 70% мають ідентичні умови роботи з покупцем (ціна, асортимент, доставка, комунікація). Отже для розробки практичних рекомендацій, щодо формування конкурентних переваг для інтернет-магазину «STREETWEAR» доцільно запропонувати програми направлені на соціальні аспекти суспільного життя. Пропонуємо акцентувати увагу на двох напрямках: економічність та благодійність.

Головна тенденція XXI століття – турбота про довкілля. Інтернет-магазину «STREETWEAR» рекомендується рекламувати та просувати ідеї «екологічного способу життя». Позиціонувати власну продукцію, як натуральну, виготовлену з екологічно чистої сировини (Organic), без використання у виробництві шкідливих матеріалів, хімікатів і викидів, що забруднюють навколишнє середовище. Також пропонується розширити асортимент унікальними товарами, які виготовлені з вторинної сировини, тобто співпрацювати з брендами, які підтримують програму «Відповідальне споживання» [2].

Наступним кроком розглянемо благодійність, як можливість розробки конкурентних переваг. Пропонується створити окремий розділ в каталозі інтернет-магазину під назвою «Благодійність», де буде представлена продукція відповідних проектів. Приклад, можна долучитися до соціального проекту «[Доброшриф](#)» [3], який щороку допомагає дітям з ДЦП,

пропонуючи людям і компаніям раз на рік використовувати особливий шрифт на їх продукції.

Висновки. Було проаналізовано діяльність інтернет-магазину «STREETWEAR» та його основних конкурентів. Визначено, що для формування конкурентних переваг доцільно звернутися до соціальних аспектів суспільного життя: благодійності та екологічності. Запропоновано практичні рекомендації щодо впровадження у діяльність інтернет-магазину «STREETWEAR» програми «екологічного способу життя» та «Доброшрифт».

Список літератури.

1. Головна сторінка магазину одягу STREETWEAR : веб-сайт. URL: <https://streetwear.com.ua/> (дата звернення 12.03.2021).
2. Відповідальне споживання: як зробити життя навколо себе екологічніше? : веб-сайт. URL: http://www.ukrpryroda.org/2012/11/blog-post_5.html (дата звернення 12.03.2021).
3. Головна сторінка офіційного сайту проекту «Доброшрифт» : веб-сайт. URL: <https://dobroshrift.ru/> (дата звернення 12.03.2021).

УДК 330.3

РЕГІОНАЛЬНІ АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО РЕАЛІЗУВАЛИ ІННОВАЦІЙНУ ПРОДУКЦІЮ (ТОВАРИ, ПОСЛУГИ), у 2015-2019 рр.

Воробйова Ю.М., аспірант кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Інноваційні перетворення в економіці значною мірою детерміновані особливостями розвитку інноваційного підприємництва, тому дослідження, спрямовані на ідентифікацію стану, статичних та динамічних особливостей його розвитку є актуальними та своєчасними.

Мета роботи. Мета роботи полягає у дослідженні стану та особливостей регіонального розвитку важливої складової інноваційного підприємництва - промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги).

Матеріали та методи. Інформаційною базою дослідження є дані та матеріали Державної служби статистики України. Для дослідження використано як загальнонаукові методи дослідження (аналізу, синтезу, індукції та дедукції та ін.), так і спеціальні: метод аналізу рядів динаміки, ABC-аналізу.

Результати. Протягом 2015-2019 рр. в Україні спостерігається зменшення кількості промислових підприємств, що реалізують інноваційну продукцію. Так, якщо в Україні в 2015 році функціонувало 570 промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію, то у або 2019 році – 442, тобто зменшення становило 128 підприємств або 22%. (таб. 1).

Таблиця 1. – Кількість промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги), за регіонами в Україні у 2015-2019 рр.

Регіони	Рік					Середнє значення	Доля регіону	ABC	Відхилення 2019/2018 рр.		Відхилення 2018/2017 рр.		Відхилення 2017/2016 рр.		Відхилення 2016/2015 рр.		Відхилення 2019/2015 рр.	
	2015	2016	2017	2018	2019				%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-	%	+/-
Україна	570	632	450	674	442	554	100	-	-34,4	-232,0	49,8	224,0	-28,8	-182,0	10,9	62,0	-22,5	-128
Вінницька	20	18	14	25	18	19	3,43	B	-28,0	-7,0	78,6	11,0	-22,2	-4,0	-10,0	-2,0	-10,0	-2
Волинська	7	13	12	13	8	11	1,91	C	-38,5	-5,0	8,3	1,0	-7,7	-1,0	85,7	6,0	14,3	1
Дніпропетровська	34	47	18	46	19	33	5,92	A	-58,7	-27,0	155,6	28,0	-61,7	-29,0	38,2	13,0	-44,1	-15
Донецька	12	12	13	21	14	14	2,6	C	-33,3	-7,0	61,5	8,0	8,3	1,0	0,0	0,0	16,7	2
Житомирська	21	22	20	19	10	18	3,32	B	-47,4	-9,0	-5,0	-1,0	-9,1	-2,0	4,8	1,0	-52,4	-11
Закарпатська	8	7	9	8	4	7	1,3	C	-50,0	-4,0	-11,1	-1,0	28,6	2,0	-12,5	-1,0	-50,0	-4
Запорізька	42	49	31	34	25	36	6,54	A	-26,5	-9,0	9,7	3,0	-36,7	-18,0	16,7	7,0	-40,5	-17
Івано-Франківська	14	15	14	25	15	17	3	B	-40,0	-10,0	78,6	11,0	-6,7	-1,0	7,1	1,0	7,1	1
Київська	30	36	22	42	24	31	5,56	B	-42,9	-18,0	90,9	20,0	-38,9	-14,0	20,0	6,0	-20,0	-6
Кіровоградська	21	15	13	21	15	17	3,07	B	-28,6	-6,0	61,5	8,0	-13,3	-2,0	-28,6	-6,0	-28,6	-6
Луганська	5	4	3	5	6	5	0,83	C	20,0	1,0	66,7	2,0	-25,0	-1,0	-20,0	-1,0	20,0	1
Львівська	44	44	24	40	24	35	6,36	A	-40,0	-16,0	66,7	16,0	-45,5	-20,0	0,0	0,0	-45,5	-20
Миколаївська	18	14	12	14	8	13	2,38	C	-42,9	-6,0	16,7	2,0	-14,3	-2,0	-22,2	-4,0	-55,6	-10
Одеська	22	25	17	23	14	20	3,65	B	-39,1	-9,0	35,3	6,0	-32,0	-8,0	13,6	3,0	-36,4	-8
Полтавська	24	22	19	27	15	21	3,87	B	-44,4	-12,0	42,1	8,0	-13,6	-3,0	-8,3	-2,0	-37,5	-9
Рівненська	9	11	3	8	7	8	1,37	C	-12,5	-1,0	166,7	5,0	-72,7	-8,0	22,2	2,0	-22,2	-2
Сумська	21	24	17	25	15	20	3,68	B	-40,0	-10,0	47,1	8,0	-29,2	-7,0	14,3	3,0	-28,6	-6
Тернопільська	14	27	9	18	12	16	2,89	B	-33,3	-6,0	100,0	9,0	-66,7	-18,0	92,9	13,0	-14,3	-2
Харківська	66	78	77	103	89	83	14,9	A	-13,6	-14,0	33,8	26,0	-1,3	-1,0	18,2	12,0	34,8	23
Херсонська	15	15	10	13	8	12	2,2	C	-38,5	-5,0	30,0	3,0	-33,3	-5,0	0,0	0,0	-46,7	-7
Хмельницька	16	12	4	10	7	10	1,77	C	-30,0	-3,0	150,0	6,0	-66,7	-8,0	-25,0	-4,0	-56,3	-9
Черкаська	22	27	23	28	24	25	4,48	B	-14,3	-4,0	21,7	5,0	-14,8	-4,0	22,7	5,0	9,1	2
Чернівецька	8	9	7	9	5	8	1,37	C	-44,4	-4,0	28,6	2,0	-22,2	-2,0	12,5	1,0	-37,5	-3
Чернігівська	13	11	7	15	9	11	1,99	C	-40,0	-6,0	114,3	8,0	-36,4	-4,0	-15,4	-2,0	-30,8	-4
Київ	64	75	52	82	47	64	11,6	A	-42,7	-35,0	57,7	30,0	-30,7	-23,0	17,2	11,0	-26,6	-17
Севастополь	...	...	...	...	...	...	...	C	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Автономна Республіка Крим	...	...	...	...	...	...	...	C	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: складено автором на основі даних [1].

За допомогою АВС-аналізу було встановлено, що у 2015-2019 рр. мали місце суттєві асиметрії розвитку промислових підприємства, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги) за регіонам України.

Так, регіонами-лідерами за кількістю промислових підприємства, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги), протягом 2015-2019 рр. були: Харківська (14,9%), м. Київ (11,6%), Запорізька (6,54%), Львівська (6,34%), Дніпропетровська (5,92%) області. На сумарну частку зазначених регіонів припадало в середньому 50% від загальної кількості підприємств даної групи в Україні.

Регіонами-послідовниками: Київська (5,56%), Черкаська (4,48%), Полтавська (3,87%), Сумська (3,68%), Одеська (3,65%), Вінницька (3,43%), Житомирська (3,32%), Кіровоградська (3,07%) та Івано-Франківська (3%) області. На сумарну частку зазначених регіонів припадало в середньому 30% від загальної кількості підприємств даної групи в Україні.

Регіонами-аутсайдерами: Тернопільська (2,89%), Донецька (2,6%), Миколаївська (2,38%), Херсонська (2,2%), Чернігівська (1,99%) та Волинська (1,91 %), Хмельницька (1,77%), Чернівецька (1,37%), Рівненська (1,37%), Закарпатська (1,3%), Луганська (0,83%) області. На сумарну частку зазначених регіонів припадало в середньому 20% від загальної кількості підприємств даної групи в Україні.

Установлено, що незалежно від приналежності до визначених груп регіонів (регіони-лідери, регіони-послідовники, регіони-аутсайдери), у 2015-2019 рр. у регіонах фіксувалося здебільшого зменшення кількості підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги). Виключення становили лише такі регіони, як: Харківська, Івано-Франківська, Черкаська, Волинська, Донецька, Луганська області (табл.1). У зазначених регіонах протягом періоду, що аналізується, фіксувалося збільшення кількості промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги), за регіонам України.

Висновки. Беручи до уваги все зазначене вище, протягом 2015-2019 рр. в Україні фіксувалося: зменшення кількості промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги); суттєві регіональні асиметрії розвитку зазначеної категорії підприємств; переважно негативна динаміка зміни кількості промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію (товари, послуги), в регіонах-лідерах та регіонах-послідовниках, що становить суттєву загрозу для інноваційного розвитку країни, потребує уваги з боку органів влади.

Список літератури.

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.03.2021 р.).

УДК 659:123

ОПТИМІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Короленко О.Б. к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Батеха Д.І.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Актуальним завданням, для розвитку промисловості, є забезпечення надійних каналів збуту виробленої продукції, що можливе лише завдяки послугам підприємств оптової торгівлі. Саме їхня присутність у ланцюгах збуту робить можливим зниження витрат, пов'язаних з реалізацією продукції, що створює сприятливі умови для розвитку виробництва. Підприємства оптової торгівлі виконують важливу соціальну та економічну функцію, будучи необхідною ланкою в системі товароруху, синхронізуючи інтереси виробників і споживачів товарів та забезпечуючи населення робочими місцями.

Мета роботи. Сьогоднішні надскладні умови функціонування обумовлюють необхідність забезпечення ефективного розвитку усіх, в тому

числі й оптових торговельних підприємств, результативного реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ, чим і пояснюється вибір теми дослідження.

Матеріали та методи. Торговельну діяльність в Україні можна назвати двигуном розвитку економічних відносин. Оптова торгівля, здійснюючи реалізацію практично усіх видів продукції виробничо-технічного призначення та індивідуального споживання, знаходиться у центрі господарських зв'язків. Вона є надзвичайно важливою ланкою, що з'єднує між собою сфери виробництва і споживання у процесі відтворення. На сьогоднішній день питання організації торговельної діяльності регламентоване численною кількістю нормативно-правових актів, що зумовило виокремлення торговельного права в спеціальну галузь господарського законодавства [1].

На основі узагальнення існуючих трактувань поняття «торговельна діяльність», можемо дати таке визначення: торговельна діяльність – це ініціативна, самостійна, систематична діяльність суб'єктів господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на задоволення потреб споживачів шляхом реалізації продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання на підставі різних цивільно-правових договорів, які передбачають передачу прав власності на товари, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

Ураховуючи ключові особливості функціонування оптових торговельних підприємств, а також процеси закупівель і збуту продукції, які на підприємствах оптової торгівлі є взаємозалежними, необхідно розробити комплексний підхід оптимізації комерційної діяльності.

Таким чином, комплексний підхід повинен включати такі етапи [2]:

- 1) оптимізація асортименту та управління товарними запасами;
- 2) прогнозування обсягів продажів окремих груп товарів для оптимізації постачань;
- 3) оптимізація транспортних потоків торговельного підприємства, а саме оптимізація маршрутів руху торговельних агентів у процесі отримання ними

замовлень та оптимізація розвезення продукції.

Співвідношення між етапами пропонованого комплексного підходу, особливостями та властивостями оптового торговельного підприємства, які було покладено в основу моделювання його комерційної діяльності, зображено на рисунку 1.

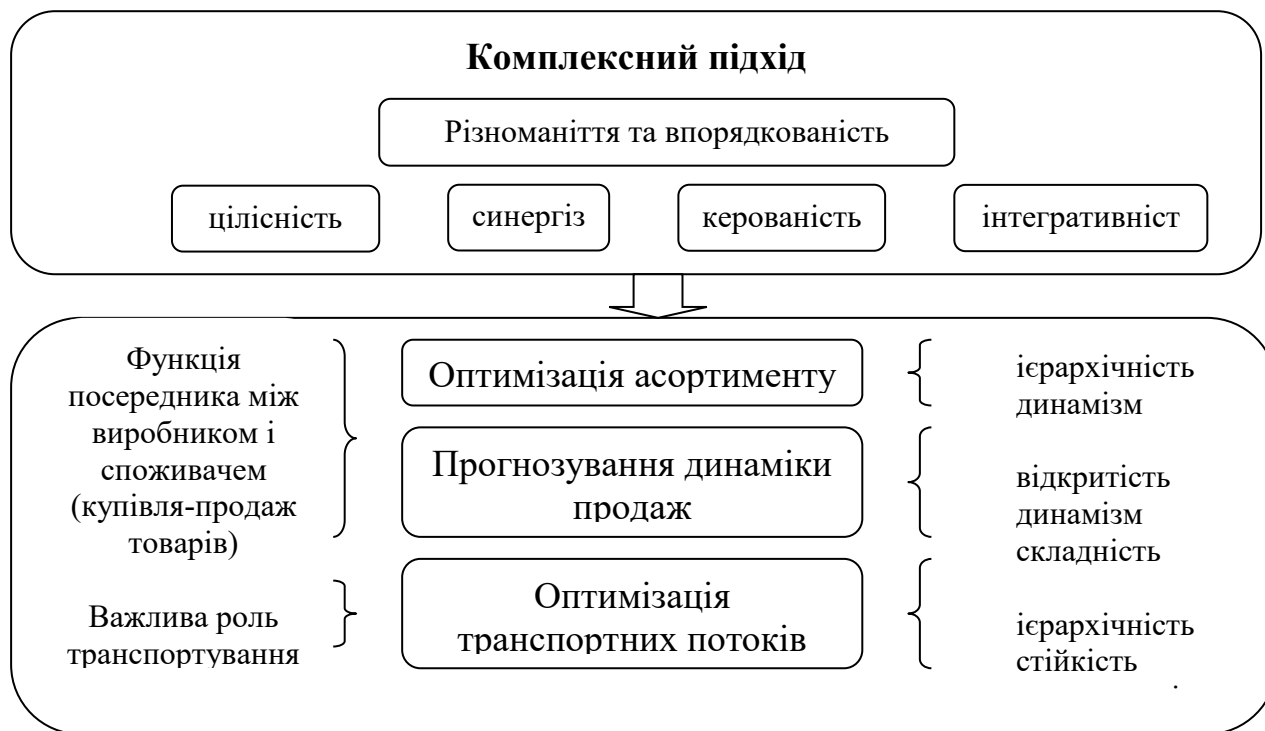


Рисунок 1. Співвідношення між особливостями, властивостями та етапами комплексного підходу до оптимізації комерційної діяльності оптового підприємства [2].

Доцільність використання математичних методів і моделей при розв’язанні економічних проблем доведена понад столітньою історією їхнього розвитку. Незважаючи на те, що за період свого існування велика кількість математичних методів встигли стати класичним інструментарієм розв’язання економічних проблем, інтерес вчених до них лише зростає. Це зумовлено процесами глобалізації та інтеграції, масштабними міжсистемними трансформаціями, подальшою диференціацією потреб, впровадженням наукомістких технологій, підвищенням турбулентності ринків, зростанням невизначеності економічних систем, переходом від системності, утвореної її елементами, до системності, що ґрунтується на зв’язках між ними [3], а значить, і появою все складніших задач, для моделювання яких традиційні

економіко-математичні методи є малоефективними.

Однак, саме прогрес у сфері математичних методів та інформаційних технологій відкрив шлях до більш широкого їх застосування у розв'язанні прикладних задач. Таким чином, між економікою і математикою прослідковується як прямий, так і зворотній зв'язок. З одного боку, поява та вдосконалення математичного апарату дозволяє економіці по-новому розв'язувати існуючі задачі або знаходити рішення нерозв'язаних досі проблем.

Результати. Існує надзвичайно велика кількість різновидів економіко-математичних методів, кожний з яких має свої переваги та недоліки та по-різному проявляє себе в тій чи іншій ситуації. Саме тому для отримання найбільш точного прогнозу недостатньо лише знань про методи прогнозування, важливо чітко розмежовувати сфери застосування різних методів залежно від характеру та обсягу вихідних даних та вміти оперативно вибирати певний метод для отримання конкретного прогнозу.

Висновки. Доцільність пропонованого комплексного підходу пов'язана з тим, що для досягнення максимальної ефективності комерційної діяльності важливим є удосконалення усієї закупівельно-збутової системи в цілому, а не ізольований розвиток окремих операцій.

Список літератури.

1. Полтавський О.В. Торгове право: навчальний посібник / О.В. Полтавський, С.В. Томчишен. Харків: Вид-во Харк. нац. ун-ту внутр. справ, 2008. 168 с

2. Мацюк Н.О. Системний підхід у дослідженні функціонування торговельних підприємств / Н.О. Мацюк / Проблеми економіки та менеджменту: оцінка та перспективи вирішення : міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 26-27 вересня 2014 р. Львів: ЛЕФ, 2014. Ч. 2. С. 38- 43.

3. Теория статистики / под ред. Р.А. Шмойловой. М: Финансы и статистика, 2004. 655 с

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Короленко О.Б. к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Пустовойтенко А.О.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Визначальним аспектом розвитку України в глобалізованому середовищі є забезпечення конкурентоспроможності національної економіки за рахунок ефективної управлінської діяльності та високої якості управлінського персоналу усіх рівнів структурного та функціонального напрямку. В умовах розвиненої конкуренції в комерційному сегменті національної економіки ефективність використання управлінського персоналу залежить від розвитку його професійних компетенцій в усіх галузях економіки, зокрема на торговельних підприємствах.

Теоретичні та прикладні питання використання управлінського персоналу привертали увагу дослідників у різні часи. Вагомий внесок у розробку управлінської теорії належить зарубіжним представникам економічної науки: Ф. Тейлору, А. Маслоу, Дж. Стюарту, Ф. Герцбергу, М. Веберу та ін.

В Україні різні аспекти використання управлінського персоналу досліджували О.Ю. Амосов, О.Б. Мних, І.Л. Петрова, Л.М. Шимановська.

Мета роботи. Незважаючи на багатоаспектність наукових досліджень, присвячених управлінському персоналу, питання ефективності його використання на торговельних підприємствах залишаються недостатньо дослідженими, тому є потреба науково обґрунтувати концептуальні засади і пріоритетні напрями її забезпечення.

Матеріали та методи. Прийняття управлінських рішень є складовою управлінських функцій. Для прийняття управлінських рішень необхідні такі основні передумови: можливість вибору єдиної дії з низки альтернатив; наявність мети; необхідність вольового акту при виборі рішення. В.М. Приймак

тракує управлінське рішення, як: результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування і вибору альтернативи з низки варіантів дослідження конкретної мети системи менеджменту [1].

На нашу думку, управлінське рішення – це дії управлінського персоналу щодо досягнення ефективності діяльності персоналу та конкурентоспроможності підприємства.

Управлінські рішення на торговельних підприємствах мають бути результатом управлінської діяльності і посідати чільне місце в процесі реалізації їх стратегічної мети. З метою реалізації стратегічних цілей торговельного підприємств професійні компетентності необхідно формувати як у працівників та і в управлінського персоналу.

Компетенція є системою індивідуальних і колективних знань, навичок, умінь, прийомів, яка зберігається та поширюється всередині підприємства шляхом навчання, комунікацій, і головне, набуття досвіду роботи. Вони завжди мають «внутрішнє» погодження практично без часових обмежень їх використання, а також є підґрунтям для створення неповторної відмітності підприємства у ринковому просторі [2, с 25].

Отже, управлінський персонал торговельних підприємств – це сукупність керівників, спеціалістів і службовців, діяльність яких враховує специфіку впливу їх професійних, рольових, функціональних, стратегічних та ключових компетенцій на ефективність управлінської діяльності, роль у формуванні конкурентоспроможного персоналу, ефективної торговельно-технологічної діяльності та сприяє забезпечення якісними товарами й торговими послугами.

Ефективність використання управлінського персоналу торговельних підприємств характеризують такі складові: ефективність торговельної діяльності; ефективність управління персоналом; ефективність управлінської діяльності; якісно-організаційний склад управлінського персоналу [3].

У сучасних умовах існує велика кількість методів оцінки ефективності використання управлінського персоналу. Глущенко О.І. визначив найбільш ефективні для торговельних підприємств методи: метод компетенцій,

управління за цілями, рейтинговий, порівняльний, атестації, метод 360°, метод оцінки результативності, swot-аналіз [3].

Результати. Ефективне управління підприємством значним чином залежить від ефективності управлінської праці. Ефективність праці (зокрема управлінської) - це відношення отриманого результату від праці до його витрат, у цьому контексті ефективною може бути визнана тільки та праця, результати від якої перевищують її витрати.

Висновки. Отже, комплексна оцінка ефективності управлінського персоналу торговельних підприємств дасть можливість виявити невикористані резерви та напрями розвитку торговельної галузі загалом.

Список літератури.

1. Приймак В.М. Прийняття управлінських рішень : навч.посіб. / Приймак В.М. К: Атіка, 2008. 240 с.
2. Верба В.А. Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства / В.А. Верба, О.М. Гребешкова / Проблеми науки. 2004. № 7. С. 23-28.
3. Глущенко О.І. Теоретичні та практичні аспекти формування управлінського персоналу в контексті ефективного управління підприємством / О.І. Глущенко // Праця в ХХІ столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток: зб.наук. пр.: у 2 т. 2012. Т.1. С. 271-281.

УДК 331.101.3

РЕПУТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «С В ГРУП»

Кутова Н.Г., к.е.н., старший викладач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Журавель Д.С.**, студентка IV курсу, Криворізький національний університет

Вступ. На сучасному етапі розвитку економіки беззаперечним фактом стає те, що зростає роль інформаційних ресурсів підприємств, які впливають на діяльність суб'єктів господарювання та суттєво видозмінюють умови їх

функціонування. Високий рівень прозорості ведення економічних процесів, легкий доступ та публічність інформації є запорукою довіри до підприємства та, в свою чергу, формує репутацію суб'єкта господарювання, що сприяє «правильному вибору» потенційних споживачів, зростанню обсягів продажу, покращенню конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на ринку.

Мета роботи. Метою роботи є висвітлення теоретичних основ репутації підприємства, розуміння змістового наповнення та визначення репутації господарюючого суб'єкта ТОВ «С В ГРУП».

Матеріали та методи. Дослідженням поняття «репутація підприємства» займалися зарубіжні вчені. Виникнення даного окремого напрямку економічних досліджень спостерігається в період кінця минулого століття. Заданому напрямку свої праці присвятили такі вчені як Дж. Стіглер, С. Росс, С. Маерс, Р. Фріман, В. Ріндова, К. Вейгельт, С. Шапіро та ін. Серед вітчизняних науковців, що досліджували сутність репутації та методологію її оцінювання, слід виділити О.Г. Дерев'янка, А.С. Остапенка, О.В. Родіонова, Т.В. Федорів, О.В. Хортюка, Г.О. Швіндіну та ін. [1,2,3]

Результати. Одним з основоположників економічного напрямку дослідження репутації підприємства є науковець Грем Даулінг, який в своїй книжці «Репутація фірми: створення, управління та оцінювання ефективності» [4] розглянув дві стратегії підвищення рівня репутації за рахунок досягнення найкращих показників в усіх напрямках діяльності компанії та за допомогою пов'язування цінностей компанії з цінностями стейкхолдерів.

В працях таких зарубіжних вчених Р. Харлоу, К. Шапіро, К. Вейгейта та К. Камерера існує цікавий підхід до визначення репутації. Так Р. Харлоу розглядає репутацію як площину комунікаційної діяльності, яка потребує значних витрат компанії на формування та її підтримки [5]. В своїх дослідженнях К. Шапіро відзначає, що репутація функціональну категорію, яка генерує сприйняття функціонального кола осіб – працівників, споживачів, партнерів, конкурентів, громадськості та служить індикатором довіри до компанії [2]. В свою чергу, К. Вейгейт та К. Камерер виділяють три різновиди

репутації: репутація, пов'язана з бізнесом; репутація, пов'язана з продукцією, роботами чи послугами; – репутація, пов'язана з організаційною культурою [3].

Вітчизняні вчені теж по-різному підходять до визначення репутації підприємства. Т.В. Федорів зазначає, що «...репутація – це колективне уявлення всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), яке включає в себе імідж та ідентичність (внутрішнє уявлення про організацію)» [1]. На думку К.В.Куценка, ділову репутацію слід розглядати як сукупність зовнішніх і внутрішніх характеристик, які мають властивість викликати судження та оцінку зацікавлених сторін, що, в свою чергу, призводить до створення матеріальної цінності [6].

Враховуючи вищесказане, можна виділити характерні особливості при дослідженні репутації підприємства новий напрям економічних досліджень; багатогранність поняття «репутація підприємства»; нетотожність понять «репутація підприємства», «ділова репутація підприємства», «корпоративна репутація»; уподібнювання репутації підприємства з термінами «імідж», «бренд», «реноме» тощо; актуальність даного напрямку дослідження.

Комплексне вивчення репутації підприємства дозволяє виявити її прояви у ретроспективі (формування репутації на основі фактів життєдіяльності підприємства та поведінки на ринку), у теперішньому час (вимірювання її рівня за допомогою методів та прийомів) та в перспективі (використання репутації з метою отримання переваг та ін.). Отже, репутація являє собою індикатор майбутнього розвитку та дозволяє сформулювати ефективні господарські рішення.

Оцінювання репутації підприємства здійснюється якщо керівник бажає оцінити становище підприємства в галузі відносно своїх конкурентів; хоче дізнатися думку різних суб'єктів ринку про свою діяльність, вплинути на ставлення певних цільових груп та виникає необхідність оцінки ринкової вартості підприємства задля його продажу [7, с. 85].

Розрахунок репутації підприємства є інтегрованою характеристикою його вартості. Найпоширенішими у світовій практиці є німецький, швейцарський, англосаксонський та дисконтний методи.

У формулі 1 представлено німецький метод, який є одним з найпростіших у використанні серед запропонованих. [8, с. 109]

$$V_p = \frac{1}{2}(V_k - V_a), \quad (1)$$

де V_p — вартість репутації.

Таблиця 1

Визначення репутації ТОВ «С В ГРУП» за німецьким методом

№ з/п	Показник	Фактичні значення показника			Прогнозовані значення показника		
		2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Вартість підприємства за методом капіталізації	709	276,01	338,36	390,79	343,76	337,69
2	Вартість підприємства за активами	174,5	258,1	268,2	186,75	214,86	218,61
3	Вартість підприємства	267,25	8,955	35,08	102,02	64,45	59,54

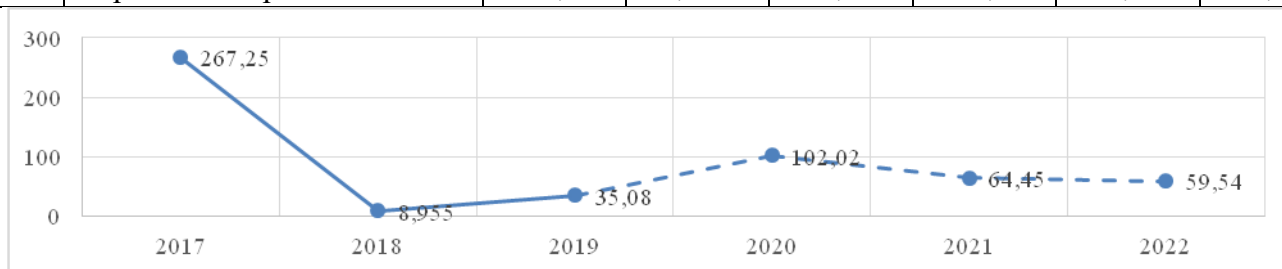


Рис.1 Динаміка зміни репутації ТОВ «С В ГРУП» за німецьким методом оцінювання

Аналізуючи репутацію ТОВ «С В ГРУП» можемо говорити, що її найвищий рівень був у 2017 році. За прогнозними даними до 2022 року спостерігається тенденція її зменшення.

Висновок. За результатами дослідження можна зробити висновок, що забезпечення стійкості підприємства є актуальним у сучасних умовах господарювання. Необхідно звертати увагу не лише на обсяги виробництва та продажу продукції, якість, а й на ділові відносини з постачальниками, покупцями, контрагентами. Запорукою успіху є формування позитивної репутації підприємства, що дозволить підвищити конкурентоспроможність.

Список літератури.

1. Федорів Т.В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація» у державному управлінні. Вісник НАДУ. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf> (дата звернення: 05.03.2021).

2. Shapiro C. Premiums for High Quality Products as Returns to Reputations. The Quarterly Journal of Economics. Vol. 98. Is. 4. P. 659-679.

3. Weigelt K., Camerer C. Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications. Strategic Management. 1988. Vol. 9. P. 443-454.

4. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управления и оценка эффективности / пер. с англ. А.В. Кузнецова. Москва, 2003. 367 с

5. Harlow R.F. Public relations definitions through the years. Public Relations Review. 1977. № 3 (1). P. 49-63.

6. Куценко К.В. Ділова репутація банку як капітал. Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1399> (дата звернення: 11.03.2021).

7. Шиманська О.В. Методи оцінки ділової репутації підприємства. URL: http://kneu.edu.ua/userfiles/ec_pidpr_th_pr_4/2/Shimanska.docx (дата звернення: 12.03.2021).

8. Островська Г. Оцінювання вартості підприємства як основа ефективного управління. Галицький економічний вісник. 2011. № 1(30). С.107–115.

УДК 005.953.2(4/8)

МЕТОДИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СПІВБЕСІД В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Мельнікова І.Є., к.е.н., доцент кафедри менеджмент і адміністрування,
Вінниченко О.П. здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Сьогодні, кожна людина рано чи пізно стикається з таким важливим моментом у житті, коли вона здобуває базову середню освіту, середню-спеціальну або вищу освіту та обирає курс, куди потрібно рухатися далі та шукає для себе роботу. Можливо, хтось не знайшов себе на роботі чи посаді, котру займає та шукає чогось кращого. Хтось вбачає свою реалізацію в

переході на більш перспективнішу компанію, а хтось просто проходить співбесіди на різноманітні вакантні посади зі свого профілю для впевненості в собі або перевірки своїх навичок.

Мета роботи. Розглянути методики та особливості проведення співбесід у різних країнах, знайти спільні та відмінні риси. Визначити основні чинники, на які необхідно звернути увагу, розглянути основні помилки під час проходження співбесід та відповісти на найчастіші питання, які задає HR-менеджер на співбесіді. Проаналізувати різницю проведення у вітчизняних та зарубіжних компаніях, а також порівняти особистий досвід із теорією.

Матеріали та методи. При виконанні досліджень застосовувалися методи: збору та обробки інформації, аналізу, порівняння та конкретизації.

Результати. На сьогодні дуже незначна кількість учбових закладів проводять політику з працевлаштування студентів та підготовки їх до такої важливої, та навіть для деяких доленосної, події як співбесіда.

Потрібно зазначити, що особливості проведення співбесід в Україні, США, Європі та в Японії є досить різними, здебільшого, через відмінні культури та звичаї. В Японії, наприклад, має значення навіть такий, здавалося б, незначний чинник як, скільки разів постукати перед тим, як увійти, як зачинити двері та привітатися. Якщо не надати достатнього значення культурі та звичаям країни, в якій ви бажаєте одержати роботу, то навіть за умови величезного досвіду та відмінної кваліфікації ви маєте великий шанс залишитися без бажаної посади.

Розглянемо загальні світові положення щодо проведення співбесіди. Можна впевнено сказати, що перший етап співбесіди – це подача вашого резюме в компанію на вакантну посаду. До складання резюме потрібно віднестися з великою відповідальністю, саме воно складе про вас та ваші навички перші враження. Другий етап співбесіди – зазвичай проходить у присутності HR-менеджера, виявляє ваші сильні та слабкі сторони, з'ясовує, чим ви можете бути корисні для компанії та чи в змозі ви працювати в команді. Лише після перших двох етапів йде завершальний третій етап – співбесіда з

керівником відділку. Така кількість співбесід зумовлена тим, щоб не перевантажувати керівника зайвими співбесідами та дозволяє зосередитися на фінальному відборі. Треба зазначити, що кількість співбесід в Англійські компанії буде трохи більшою та буде складатись з таких етапів:

- розгляд резюме;
- тестування для виявлення професійних навичок;
- телефонна співбесіда;
- співбесіда в групах;
- особиста співбесіда з керівником.

Варто зазначити, найголовніше, що відрізняє проведення співбесіди в Українській компанії та закордонній – це кількість співбесід. В Україні, зазвичай проходить одна, дві співбесіди. Саме через цей чинник, під час проходження співбесіди в зарубіжній компанії, факт декількох співбесід вибиває з рівноваги багатьох здобувачів.

Зі спільних рис треба зазначити, що в компаніях США та Японії цінують максимальну лояльність до компанії, віддачу та відданість справі. Часто можуть виникати випадки, коли вас можуть потурбувати пізно вночі чи навіть викликати на роботу у вихідний. Також, спільною рисою цих країн є те, що ви ніколи не здогадаєтеся, яке враження ви справили на інтерв'юера, оскільки всю співбесіду вам можуть усміхатися, підтримувати та ставитися максимально доброзичливо. Але, не потрібно надавати цьому будь-якого значення тому, що це аж ніяк не говорить про результат співбесіди взагалі.

Найчастіше на співбесідах ставлять наступні запитання:

Розкажіть про себе. Тут важливим буде розказати, чому ви обрали саме цю роботу, про ваші цінності, якщо ваші цінності збігаються з цінностями компанії, то це варто підкреслити. Треба зазначити, що для компаній США дуже важливо, щоб ваші цінності збігались із цінностями компанії, як і для японських компаній.

Що ви знаєте про нашу компанію, чим ми займаємося та, яку позицію на ринку ми займаємо? Цим питанням від вас хочуть дізнатися, наскільки ви

хочете працювати в цій компанії і скільки часу ви витратили на аналіз матеріалів компанії.

Чому ви хочете працювати саме в нас? Якщо ви виконали попередній пункт, то вам буде зовсім не важко знайти відповідь на це питання та з'ясувати, чому ця компанія підходить саме вам.

Чому ми повинні запросити на роботу саме Вас? Це питання дає можливість Вам проявити себе та розповісти, про свою освіту, навички та здобутки. Треба зазначити, що на противагу вітчизняним компаніям на співбесідах у компаніях США не варто применшувати свої здобутки, це дасть змогу більш точно виявити ваші здібності та навички.

Ким ви себе бачите через 5/10 років? На це питання варто дати коротку та конкретну відповідь та описати лише основні плани. Розтягування відповіді на це питання може зробити вас менш привабливим для компанії.

Які ваші сильні\слабкі сторони та, чому ви так вважаєте? Цим питанням намагаються зрозуміти ваш рівень самопізнання та розуміння чи готові ви працювати над своїми сильними чи слабкими сторонами.

Що ви найбільше цінуєте в колективі? Ціль питання в тому, щоб з'ясувати ваші адаптивні здібності в колективі та, як сильно у вас розвинені навички кооперації та комунікації.

Сьогодні, все більшій популярності набуває метод стрес-інтерв'ю. Його проводять більше при відборі на посади, на яких потрібна стресостійкість, до таких відносяться: керівники та їхні помічники, менеджери з продажу та з роботи з клієнтами, рекламні, страхові агенти, журналісти, офіс-менеджери, фахівці з розбору претензій, продавці, фахівці з врегулювання збитків, фахівці з розміщення ризиків, медіа-баєри та -сеілери, супервайзери, мерчендайзери, фахівці із закупівель, фахівці ЗЕД та ін.

В чистому вигляді, стрес-інтерв'ю зустрічається досить рідко, через необхідність володіння спеціальними навичками, але його елементи часто трапляються в співбесідах. Цей метод виник порівняно недавно, тому його можна віднести до інноваційного. З елементів, які можна зустріти на співбесіді,

може бути: заповнення великої кількості бланків дрібним шрифтом майже на колінах; дуже довге очікування співбесіди, зважаючи на той факт, що ви прийшли вчасно; моделювання конфліктних ситуацій; вас можуть грубо перебивати та не давати можливість висловитись; переходити на ти; проведення співбесіди з 3 та більше менеджерами тощо.

Висновки. Співбесіда – це мистецтво розуміння співрозмовника, яке потребує усвідомлення не лише самої суті питання, але найголовніше – що співрозмовник цим питанням хоче від вас дізнатись? Треба готуватися до співбесід та заздалегідь з'ясовувати інформацію про компанію та підготувати відповіді на найрозповсюдженіші питання. Важливо чітко розуміти ваші сильні та слабкі сторони та дати зрозуміти інтерв'юєру, що ви зможете працювати над ними.

Список літератури.

1. Марцінковська О. Планування ділових кар'єри як умова ефективного розвитку персоналу / О. Марцінковська // Економічний аналіз. 2012. Вип. 10 Ч. С.245-248.

2. Стрельбіцький П.А. Управління персоналом навч. посібн. / П.А. Стрельбіцький, О.В. Рарок, Л.А. Рарок. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2015. 180.с.

УДК 658.71:347.136

КОНТРОЛЬ ТА МОНІТОРИНГ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Рябикіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Рябикіна К.Г.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Захарченко Є.М.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Закупівлі є важливою частиною діяльності установ, організацій, підприємств державного сектору по створенню суспільних благ. Процес публічних закупівель включає у себе визначення потреби, планування, аналіз

ринку, підготовку тендерної документації, проведення тендеру, процес визначення відбору/кваліфікації постачальників, переговори за договорами, підготовку та підписання договорів та контроль за їхнім виконанням.

Мета роботи. Так як більшість країн із розвинутою економікою мають значний обсяг державних закупівель у відношенні до валового внутрішнього продукту. Згідно зі статистичними даними OECD, частка державних закупівель у ВВП коливається від 8% (Швейцарія) до 21% (Нідерланди). Такі значні обсяги свідчать про те, що державні закупівлі можуть створювати ринки товарів і послуг, мати вплив на витрати і споживання, стимулювати впровадження інновацій та нових технологій, а також стати полігоном для інноваційних продуктів.

Крім того, в деяких секторах, державні закупівлі є одним із найбільш важливих джерел продажів (наприклад, для оборонної промисловості, сфери охорони здоров'я, науково-дослідної галузі, будівництва, енергетики, транспортного обладнання тощо). Тому моніторинг та контроль публічних закупівель має важливе значення в економіці, яке потребує уваги контролюючих органів.

Матеріали та методи. Відносини, що виникають у сфері здійснення закупівель товарів, робіт і послуг для забезпечення потреб держави та територіальної громади, регулюються Законом України «Про публічні закупівлі». Зазначений закон регулює питання державного регулювання та контролю у сфері закупівель, загальні умови здійснення закупівлі, питання проведення відкритих торгів, питання проведення конкурентного діалогу та переговорної процедури закупівлі, основні вимоги до договору про закупівлю та відповідальність у сфері публічних закупівель.

З 27.01.2018 моніторинг закупівель здійснює Держаудитслужба, та її територіальні органи шляхом здійснення моніторингу публічних закупівель на всіх стадіях закупівлі: від оголошення до укладення договору, а також його виконання. Моніторинг закупівлі здійснюється протягом проведення процедури закупівлі, укладання договору про закупівлю та його виконання. Слід

зауважити, що моніторинг закупівлі не проводиться на відповідність тендерної документації вимогам частини четвертої статті 22 Закону України «Про публічні закупівлі».

Рішення про початок моніторингу закупівлі приймає керівник органу державного фінансового контролю або його заступник за наявності однієї або декількох із таких підстав: дані автоматичних індикаторів ризиків; інформація, отримана від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, про наявність ознак порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель; повідомлення в засобах масової інформації, що містять відомості про наявність ознаки порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель; виявлені органом державного фінансового контролю ознаки порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель в інформації, оприлюдненій в електронній системі закупівель; інформація, отримана від громадських об'єднань, про наявність ознак порушення законодавства у сфері публічних закупівель, виявлених за результатами громадського контролю відповідно до статті 9 Закону України «Про публічні закупівлі».

Результати. За даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, з лютого 2016 року та станом на кінець 2018 року, всього в електронній системі закупівель зареєстровано близько 35 тис організаторів закупівель та понад 210 тис учасників закупівель .

За 2016 рік оголошено 2,7 млн закупівель очікуваною вартістю майже 2,1 трлн грн, з яких: 458 тис надпорогових закупівель з очікуваною вартістю 1,6 трлн грн; 784 тис допорогових закупівель з очікуваною вартістю майже 235 млрд грн; опубліковано 1488 млн звітів про укладені договори на суму 210 млрд гривень.

За 2018 рік за даними електронної системи закупівель було оголошено 1252 млн оголошень про проведення закупівель, з яких: 230,6 тис (18%) склали оголошення про проведення надпорогових закупівель; 237,5 тис (19%) допорогових закупівель; 783,7 тис (63%) опубліковано звітів про укладені

договори. Тобто в середньому за рік кількість публічних закупівель зросла на 20%.

На порталі dozorro.org запроваджено інноваційні інструменти для посилення моніторингу закупівель — алгоритми штучного інтелекту та автоматизовані ризик індикатори. Система індикаторів (risk.dozorro.org) дозволяє швидко провести оцінку ризику неефективного проведення процедури закупівлі чи обмеження конкуренції. Ризик індикатори охоплюють всі процедури закупівель зі статусом «Завершено», що оголошені з 1 січня 2016 року з очікуваною вартістю від 1 млн гривень. Всі індикатори розподіляються за типом ризиків: проблема в умовах тендеру; підозрілі учасники тендеру; підозріле проведення тендеру; підозріле виконання договору; негативні відгуки або неякісна комунікація.

Всі можливі індикатори мають свій власний номер. Приклад індикаторів: відсутні документи, наявність учасника з нетипово низькими результатами, негативні відгуки на рішення і тому інше.

Державна аудиторська служба України розпочала моніторинг закупівель в ProZorro за ризик індикаторами, впровадженими на основі рекомендацій Трансперенсі Інтернешнл Україна. Для забезпечення виконання повноважень державного фінансового контролю у сфері закупівель шляхом проведення моніторингу закупівлі Держаудитслужбою затверджено наказ від 11.09.2018 №196 «Про затвердження методики визначення автоматичних індикаторів ризиків, їх переліку та порядку застосування». Наказом встановлено механізм визначення автоматичних індикаторів ризиків та порядок їх застосування.

Порядок застосування індикаторів для формування черги ризикових процедур закупівлі полягає в наступному:

- 1.Ризик-система щодня здійснює автоматичний розрахунок індикаторів за процедурами закупівель, які проводяться замовниками в електронній системі закупівель, формує чергу та показує її в персональному кабінеті.

2.Ризик-система після спрацювання одного або кількох індикаторів за окремою процедурою закупівлі автоматично здійснює підрахунок загальної умовної ваги індикаторів.

3.У разі спрацювання індикатора (індикаторів) за конкретною процедурою закупівлі (або окремим лотом) та залежно від загальної умовної ваги цих індикаторів ризик-система закупівель автоматично присвоює процедурі закупівлі один із таких рангів ризику: 1 ранг ризику – високий рівень ризику; 2 ранг ризику – помірний рівень ризику; 3 ранг ризику – низький рівень ризику. Діапазон значень загальної умовної ваги спрацьованих індикаторів кожного рангу ризику встановлює Держаудитслужба за погодженням з Мінекономіки.

4.У середині кожного з рангів ризику процедури закупівлі, щодо яких спрацювали індикатори, розташовуються залежно від загальної умовної ваги.

5.Кожній процедурі закупівлі, щодо якої спрацювали індикатори, ризик-система присвоює середньозважену умовну вагу, яка визначена з урахуванням загальної умовної ваги та очікуваної вартості процедури закупівлі у відповідному рангу ризику.

6.Ризик-система заносить до персонального кабінету у чергу з кожного рангу ризику фіксований відсоток процедур закупівель, що мають найвищу середньозважену умовну вагу. Величину відсотка процедур, що мають відображатися у черзі, встановлює Держаудитслужба.

7.Процедури закупівлі ризик-система автоматично розташовує в черзі пропорційно, починаючи від процедур, що віднесені до 1 рангу ризику та мають найбільшу середньозважену умовну вагу, до тих, що віднесені до 3 рангу ризику та мають найменшу середньозважену умовну вагу.

8.Під час обрання органом державного фінансового контролю процедур закупівель для здійснення моніторингу насамперед обирають процедури закупівлі, що мають найвищий пріоритет у черзі.

9.Під час перегляду процедури закупівлі, що внесена до черги, для прийняття рішення щодо її обрання органом державного фінансового контролю

для моніторингу в персональному кабінеті надається можливість переглянути процедуру закупівлі та перелік індикаторів, що спрацювали за цією процедурою, створити чернетку моніторингу закупівлі в електронній системі закупівлі або перенести посилання на процедуру закупівлі з черги до архіву.

10.Посилання на процедуру закупівлі автоматично виключається з черги ризикових процедур закупівлі та переноситься до архіву в персональному кабінеті у таких випадках: за процедурою закупівлі розпочато моніторинг; оприлюднено звіт про виконання договору; процедура закупівлі скасована або визнана такою, що не відбулася; усі порушення, за якими спрацювали індикатори, усунено.

Висновки. Підсумовуючи все вищесказане, ми прийшли до висновку, що процес публічних закупівель є доволі складним механізмом, який має велику кількість нюансів. Також це все потрібно контролювати для чесноти та прозорості кожної проведеної угоди, адже як зазначалося вище публічні закупівлі впливають на економіку.

Список літератури.

1. Константинова В.С. Державні закупівлі: правила проведення та участі в них. Методичний посібник / В.С. Константинова. К: Фактор, 2012. 576 с.

2. Державне регулювання закупівель в умовах реалізації адміністративних реформи / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. Івано-Франківськ: 2012. 82 с.

УДК 330.322

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ

Рябикіна Н.І., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Рябикіна К.Г.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Боднар І.В.**, здобувач Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Актуальним та пріоритетним завданням для України в умовах сучасного господарювання є створення економічної системи, що вписується в стандарти цивілізованого світу. Однією з головних складових цього завдання є формування науково-обґрунтованої інвестиційної політики, сприятливого інвестиційного клімату, як для внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів.

Мета роботи. За останні роки значно активізувався процес приходу в Україну іноземного капіталу. При аналізі причин підвищення інвестиційної привабливості економіки України для іноземних інвесторів виявлено підвищення якості відповідної макроекономічної політики, завдяки чому зростає приплив капіталів, що, в кінцевому підсумку, характеризує позитивні зміни інвестиційного клімату країни та призводить до поліпшення суверенного рейтингу держави [2].

Суверенний рейтинг включає як можливість, так і бажання відповідної держави обслуговувати свої фінансові зобов'язання, а також наявність рівня підтримки його фінансового стану з боку зацікавлених учасників міжнародного фінансового ринку. Опосередковано такий рейтинг забезпечує оцінку ймовірності дефолту суверенних позичальників, не оцінює суверенний рейтинг і являє собою оцінку кредиту ринку урядів [6; с. 51].

Матеріали та методи. Аналіз інвестиційної політики України свідчить про те, що масштаб внутрішнього ринку, його ємність дозволяють розраховувати на значні притоки капіталу в економіку розглянутого держави навіть тоді, коли суверенний рейтинг не є інвестиційним.

Особливе значення при цьому має приплив капіталів як по приватним каналам, так і на ринок державних запозичень. Він може підкорятися глобальним чинникам, а також активізувати у відповідь на перспективи секторного рівня. З огляду на забезпечення довгострокового зростання і структурну трансформацію економіки України, найбільш бажаним для її владних структур є приплив капіталу по приватним каналам [8; с. 528].

Однак деяке поліпшення рейтингу України, зазначене раніше, характеризує лише початкову фазу стабілізації її інвестиційного клімату. Для

подальшого поліпшення бізнес-середовища для інвестування, перш за все, необхідно сформувати ємний внутрішній ринок. Якщо брати до уваги приплив капіталу для створення виробництв, орієнтованих на експорт, - це комбінація низьких факторних і транспортних витрат. Крім цього необхідна оптимізація податкової політики держави, удосконалення механізму функціонування державних органів ліцензування, діяльність яких повинна сприяти розвитку бізнесу [4; с. 304].

При цьому величезною перевагою України є її унікальне геополітичне положення, що необхідно використовувати, перш за все, органам місцевого самоврядування прикордонних територій при розробці ними програм сприяння розвитку двосторонніх бізнес-партнерств [5; с. 212].

Результати. Результати дослідження найбільш перспективних і цікавих секторів економіки в Україні, які можуть залучити іноземних інвесторів, показали, що для всіх її регіонів найважливішими сферами для залучення інвестицій в найближчій перспективі стануть: агропромисловий комплекс; фармацевтична промисловість; нові технології виробництва енергії та енергозбереження; будівництво комерційної нерухомості (офісних і складських приміщень, сучасних торгово-виставкових центрів і т.д.); інформаційні технології.

Стрімкий проникнення іноземних компаній на український ринок ІТ-технологій, яке відбувається зараз, потребує державної підтримки. До кінця року інтерес іноземних компаній до цього бізнесу може вирости в кілька раз. З огляду на це, необхідно провести конкурсні торги на виділення землі і надати дозволу компаніям для забудови офісних приміщень; літакобудування, космічні технології; туризм, освіта і ін.

Наразі Україна приваблює іноземних інвесторів, в першу чергу, своєю сировинною базою і наявністю робочої сили. В даний час Україна представляє особливий інтерес для транснаціональних корпорацій, про що свідчить активне зростання їх дочірніх компаній і філій в різних сферах української економіки. Іноземні інвестори часто купують контрольні пакети акцій національних

компаній. Найбільш привабливими для ТНК галузями української економіки є харчова промисловість, галузі машинобудування і металообробки, фінансова й торговельна сфери [7; с. 406].

Також одним з факторів, що створюють передумови економічного зростання, є прогрес в зниженні бюджетного дефіциту в 2011-2012 рр. Так, якщо в 2009 р бюджетний дефіцит досягав позначки 10% ВВП, то в 2012 році цей показник був визначений на рівні 2,5%, що є важливим фактором макроекономічної стабільності (в найбільших країнах Європи цей показник коливається в межах 5-15% ВВП, а в США – 10%) [3].

Велике значення на інвестиційну привабливість будь-якої держави надає наявність конкурентних сегментів економіки. Що стосується України, то в даний час до конкурентоспроможних відносяться сектори традиційної спеціалізації і сектори, які можуть виникнути в зв'язку з формуванням спеціалізації в результаті структурної трансформації. Для забезпечення появи зазначених секторів, в першу чергу, потрібно забезпечити підтримку підприємствам, які створюють нові робочі місця. З огляду на характер глобальної інтеграції, можна впевнено сказати, що кількість секторів, в яких Україна має беззастережне лідерство, знижується. Втім, це не означає, що вона не може конкурувати в сфері ІТ-технологій авіабудуванні, фармацевтиці, в сфері аграрної індустрії, використанні розумового потенціалу нації, сфері послуг, в т.ч. тих, які надаються з транспортування енергоносіїв. В достатній мірі конкурентоспроможним сьогодні є вітчизняний науковий потенціал. Тому інвестування та підтримка науки і освіти, безсумнівно, пріоритетна сфера капіталовкладень. Досліджуючи напрями активізації інвестиційної активності економіки України, відзначаємо особливе значення курсу валют, який в Україні як і раніше відчуває тиск з боку світових показників [1].

Висновки. Таким чином, що стосується внутрішньої економічної політики, є все передумови для підвищення інвестиційної активності, в зокрема, стимулювання програм імпортозаміщення. Разом з тим, державна економічна політика спрямована на подальшу лібералізацію економічної

діяльності, зниження регуляторного тягаря, стимулювання економічного зростання за рахунок внутрішнього споживання, що формується домогосподарствами, і внутрішнього споживання, що визначається реальним сектором економіки. При цьому приватне споживання домогосподарств в даний час стимулюється не тільки за рахунок кредитів, а й за рахунок підвищення реальних доходів населення.

Отже, гідне місце України в світовій економіці і політиці забезпечать:

1. стабільне законодавство;
2. сприятливий інвестиційний клімат;
3. реалізація довгострокових програм державного та приватного інвестування в розвиток телекомунікаційної, транспортної та енергетичної інфраструктури, що дозволить підвищити її імідж як надійного «транспортера»;
4. продовження проведення прозорих приватизаційних процедур;
5. подальший розвиток добросусідського взаємовигідного партнерства, насамперед з Російською Федерацією, з країнами ЄС, Азії і Північної Америки.

Список літератури.

1. Ведення бізнесу в Україні. URL: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/>
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>
3. Індекс інфляції в Україні. URL: index.minfin.com.ua/index/infl
4. Гринчуцький В.І., Карапетян Е.Т., Погрішук Б.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
5. Єгоркіна Т.О. Економічні аспекти діяльності підприємств. К.: 2009. 212 с.
6. Парнеліська А.В. Економіка підприємства: Підручник. К: КНЕУ, 2019. 51 с.
7. Петрович Й.М. Прокопишин-Рашкевич Л.М. Економіка і фінанси підприємства: підручник. Львів: Магнолія 2006, 2014. 406 с.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

БІЗНЕС-СТРУКТУР

Шахно А.Ю., д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Іванова А.А.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. В умовах глобальних змін, швидкого розвитку сучасного суспільства зростає роль людського капіталу, його знань, умінь, навичок, який визначає конкурентоздатність національної економіки та є найголовнішим ресурсом, обумовлюючи добробут країни. Своєрідною рисою людського капіталу є невтрачений досвід попереднього надбання носія.

Під час трудової діяльності людський капітал набуває значення щодо зростання професіоналізму, а також кваліфікаційного досвіду, що виступає важливим компонентом його удосконалення. Формування та ефективне використання людського капіталу сприяє розвитку підприємництва. Людина здатна до продукування оригінальних ідей, креативного мислення, саморозвитку та самовдосконалення. Саме підприємництво може задовольнити інтереси людини як носія праці, з одного боку, а з іншого – за допомогою інвестування в освіту, охорону здоров'я, фізичного та духовного розвитку людини трансформувати цей потенціал у людський капітал [1].

При управлінні людським капіталом визначаються проблеми, які гальмують розвиток, а саме: невідповідність вимогам щодо кваліфікаційного досвіду; зниження якості працездатності через застаріле обладнання, яке потребує докорінного осучаснення; недостатність рівноваги між структурами та обсягами підготовки кадрів тощо.

Мета роботи. Дослідити особливості формування людським капіталом бізнес-структур та визначити основні заходи ефективного використання та управління ним.

Матеріали та методи. На сучасному етапі економічного розвитку суспільства механізм управління людським капіталом має у своєму складі: поєднання прийомів, методів, зважування впроваджувальних рішень, які поліпшують економічні інтереси людського капіталу.

Сучасні проблеми і тенденції розвитку підприємництва та його ролі як важливого фактору підвищення якості людського капіталу досліджуються в працях вітчизняних науковців-економістів, серед яких можна виокремити Б.М. Андрушківа, З.С. Варналія, О.В. Захарова, А.П. Кісельова, С.В. Мочерного, С.Ф. Покропивного, Г.О. Поліщук, С.О. Полковниченко, В.О. Сизоненка, Л.М. Фокас, О.Г. Череп та ін., серед зарубіжних – С.С. Беляєву, І.В. Зікунову, Р. Кантільйона, А. Сміта, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сея, А. Маршалла, Д. Шумпетера та ін.

Питанням розвитку людського капіталу та його ефективного управління приділяли увагу такі вітчизняні науковці: Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, І.В. Ільїнський, А.М. Колот, О.Є. Кузьмін, Є.М. Лібанова, В.М. Лич, А.М. Турило та ін.

Результати. Основними критеріями удосконалення управління людським капіталом є: інноваційне мислення, швидкість усунення неполадок у даній роботі, швидкість прийняття управлінських рішень, чіткість, творчість, здатність обумовити реалізацію високого потенціалу підприємства, здатність покращити певний рівень знань для підвищення кваліфікаційного досвіду, якість інтелектуального розвитку, компетентність щодо висунутого рішення, активність.

Соціальна спрямованість підприємництва сприяє розвитку інноваційного ринку праці, створенню нових робочих місць, формується конкурентне ринкове середовище, створюються умови для розвитку творчих здібностей, підвищення професіоналізму, що обумовлює інноваційну працю підприємницьких структур та досягається соціальний прогрес.

Формування й розвиток людського капіталу та ефективне управління ним відбуваються на таких рівнях: особистісний, мікрорівень, макрорівень, мезарівень, глобалізаційний (транснаціональний) (рис. 1) [2].

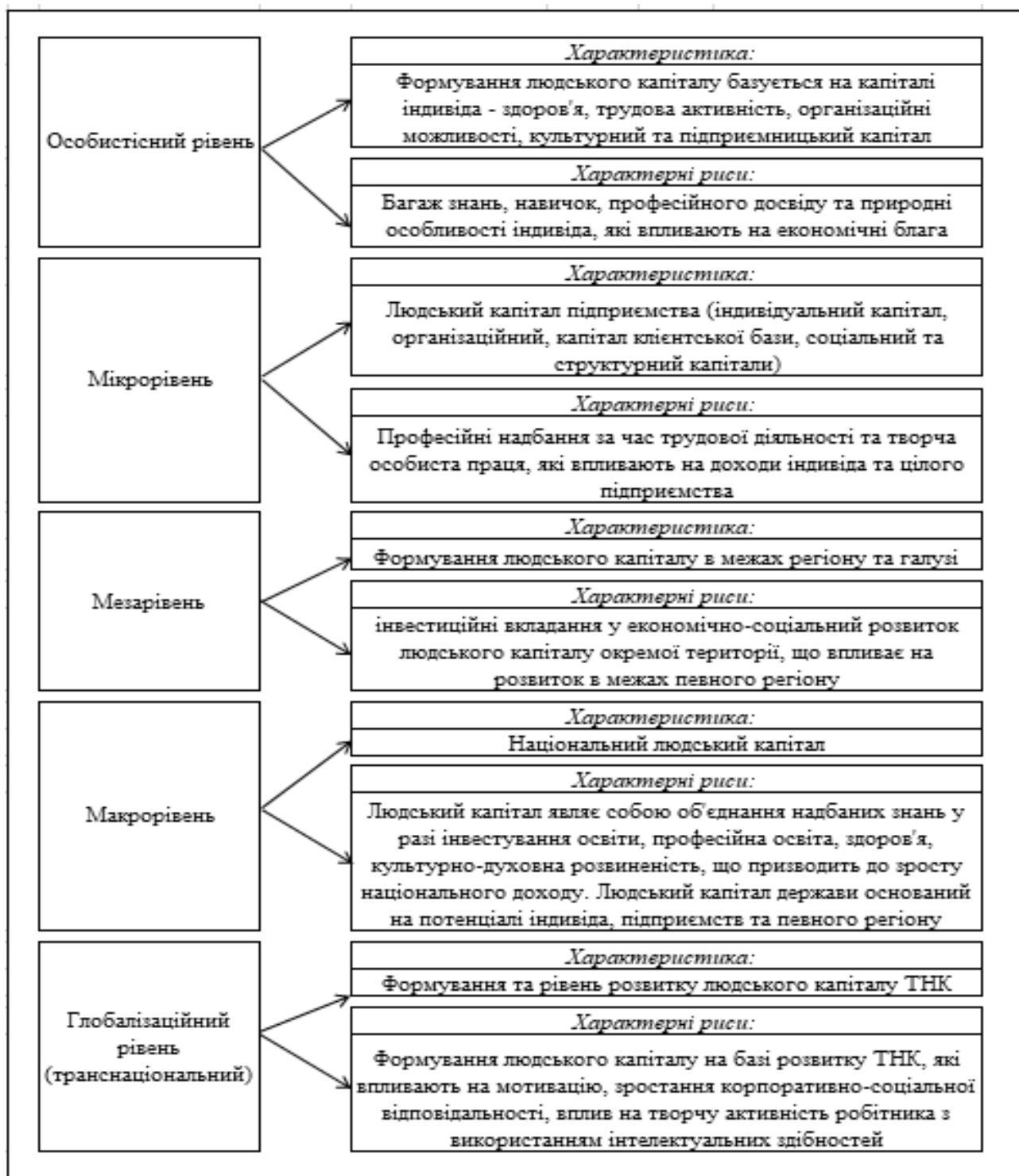


Рис. 1. Рівні формування людського капіталу

Джерело: сформовано на основі [2].

Формування та управління людським капіталом на індивідуальному рівні базується на домогосподарствах. Мета цього рівня – підтримання людського капіталу сім'ї на стабільно достатньому рівні задля нормального існування в суспільстві, вкладаючи інвестиції у навчання, культурне просвітництво, здоров'я з подальшим використанням його в трудовій діяльності.

Роботодавець є суб'єктом економічних відносин, що приймає участь у процесі управління людським капіталом на мікрорівні (бізнес-структури), має два напрямки. Перший – використовує людський капітал у вигляді залучення найманих працівників до виробництва продукції, робіт та послуг. Другий – сприяє розвитку людського капіталу задля досягнення професійних навичок, необхідних працівнику певної посади.

Мезарівень характеризує управління людським капіталом в межах окремої території. Це проявляється інвестуванням в розвиток людського капіталу, спрямованого на підвищення соціально-економічного рівня даного регіону.

На макрорівні держава та громадські організації інвестують в розвиток людського капіталу в освіту, охорону здоров'я, культурний розвиток, захищають інтереси та права людей.

Управління людським капіталом на глобалізаційному рівні базується на розвитку транснаціональних корпорацій (ТНК), що впливає на творчу активність працівника під впливом інтелектуальних здібностей, впровадження мотивацій, зростання соціальної відповідальності. Кожен рівень інвестується державою, підприємством та за рахунок персональних інвестицій [2].

Висновки. Таким чином, дослідивши особливості формування та управління людським капіталом, зробимо висновок: формування людського капіталу розпочинається раніше його трудової діяльності та продовжується значний період часу; формування людського капіталу переживає певна кількість ускладнень, здолаття або усунення яких призводить до зростання конкурентоспроможності та прибутковості підприємства; без інвестування в людський капітал підприємство не має можливості ефективного функціонування в своїй діяльності; без чіткого дотримання встановленого механізму та правильної стратегії управління людським капіталом не можливо досягти високого рівня розвитку підприємства.

Для ефективного розвитку бізнесу постає завдання щодо забезпечення якісних умов та мотивації людського капіталу. Для зростання рівня розвитку

управління людським капіталом на підприємстві необхідно створити стандарти відповідності кожного працівника займаної посади. Якщо в ході роботи виявляється невідповідність стандартів працівника до займаної посади, то йому за певний період необхідно підвищити рівень своїх професійних навичок та дотримуватися їх чіткого використання у подальшому.

Задля впровадження ефективних методів управління людським капіталом слід долучати програму інвестування в людський капітал. Інвестиційна політика на підприємствах не завжди враховує цей аспект так, як він пов'язаний з визначними затратами. Але система управління людським капіталом покликана довести позитивні зміни в розвитку людського капіталу всіх рівнів. Удосконалення професійного стану та інтелектуального розвитку кожного працівника призведе до зростання продуктивності праці, збільшення прибутку суб'єктів підприємницької діяльності.

Список літератури.

1. Манн Р.В., Ляшов Д. О. Розвиток людського капіталу підприємства як детермінанта економічного зростання суспільства. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки*. Випуск 59. 2020. С. 17-25.

2. Шахно А.Ю. *Людський капітал в умовах глобалізації: оцінювання, розвиток та державне регулювання*: монографія. Кривий Ріг: Видавництво ФОП Чернявський Д.О. 360 с.

УДК 331.101.36

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ У ПОБУДОВІ КАР'ЄРИ

Мельнікова І.Є. к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Бондаренко К.О., здобувач, Криворізький національний університет, м.
Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Ми всі знаємо, що будь-яка дія людини може бути викликана певною потребою чи бажанням. Якщо ми ходимо на роботу, ми отримуємо певну винагороду, яка і дозволяє нам задовольнити свої потреби. Згідно піраміди А. Маслоу, яка розподіляє потреби по різних рівнях, людина, проходячи кожен етап один за одним, розуміє, що вона хоче більшого - просування по кар'єрі, а як нам відомо, кар'єра - це суб'єктивно усвідомлені власні судження працівника про своє трудове майбутнє, очікувані шляхи самовираження і задоволення працею.

Мета роботи. Розглянемо ж, як мотивація впливає на кар'єрний ріст?

Задоволення потреб співробітників високого рангу в більшості випадків виявляється дуже вигідним для організації. У зв'язку з цим, мотивування співробітників з опорою на їх кар'єрні амбіції служить чудовим способом підвищення зацікавленості співробітників в своїй праці [1].

Але існують співробітники, які не виявляють бажання самостійно реалізовуватися і задовольняються тим становищем, яке вони займають в організації. Найчастіше це пов'язано з острахом отримання додаткової відповідальності і страх перед чимось новим. Таким співробітникам простіше залишитися на тій посаді, яку вони займають, в силу того, що вони там все знають, все вміють і у них це в принципі добре виходить. Саме таких працівників необхідно мотивувати до прагнення просування по кар'єрних сходах, так як це буде сприяти поліпшенню економічних показників організації за рахунок внутрішньої плинності кадрів, а також за рахунок приходу нових

співробітників на посади, які займалися раніше тими, хто отримав підвищення. [2].

Матеріали та методи. Давайте проаналізуємо, які існують методи мотивації персоналу до кар'єрного росту?

Доктор Едгар Шейн розробив ефективний підхід, який дозволяє визначити, що є мотивацією для людей в їх професійній кар'єрі. Відповідно до теорії Шейна, наша мотивація до виконання роботи буде найсильнішою, коли ми виконуємо завдання і функції, узгоджені з нашими цінностями.

Таким чином, він виділив вісім цінностей, так званих «кар'єрних якорів»:

1. Щоб зацікавити співробітника, який мало цікавиться роботою, потрібно: створювати для цієї людини можливості, реалізація яких забезпечить йому визнання з боку його колег по професії; постійно забезпечувати йому можливості вирішення професійних завдань по його спеціальності; просувати цю людину по шляху розвитку його кар'єри, пов'язаної з удосконаленням професійної або технічної майстерності.

2. Співробітник, що має схильність до загального керівництва може зацікавитися: можливістю керувати будь-яким аспектом проекту; певними формами визнання (грошовою винагородою, статусом).

3. Найкращим способом сформувати мотивацію у людини, яка керується прагненням до автономії, буде: дати йому завдання, яке дозволить йому діяти незалежно при мінімальному контролі; запропонувати йому таку роботу, на якій він буде нести велику відповідальність і зможе вести даний проект з початку і до кінця.

4. При формуванні мотивації у співробітника, який відчуває потребу в безперервній і стабільній роботі, слід робити акцент на: його призначенні на більш традиційні і менш ризиковані ролі; його призначенні на такі завдання, які вони також зможуть виконувати в нових проектах після завершення поточного проекту.

5. Найкращий спосіб сформувати мотивацію у співробітника з підприємницькою жилкою полягатиме в наступному: активно залучайте цього

члена команди до розробки загальної картини проекту, а також до роботи на стадії запуску проекту; не призначайте його на таку роботу, яка обмежує поле його діяльності занадто вузькими рамками.

6. Щоб сформувати мотивацію у співробітника, який прагне бути корисним у професійній діяльності, його слід призначити на таку роботу, де він зможе: надавати послуги типу "обслуговування покупців" іншим членам команди або учасникам проекту; в ситуаціях, коли клієнт скаржиться і необхідний такий чоловік, який хотів би допомогти і бути корисним.

7. Для сформування мотивації співробітників з сильною потребою в випробуванні сил потрібно: пропонувати їм якомога більш різноманітні і, по можливості, нові призначення; спочатку вести з ними бесіди з метою визначити, за яку ще роботу вони хотіли б взятися, яка могла б стати для них пробою сил.

8. Для співробітника, головний життєвий пріоритет якого буде полягати в тому, щоб жити відповідно до ідеального стилю життя, мотивацією буде: виконувати такі завдання, у яких є чіткі початок і кінець і які не будуть регулярно займати його особистий час; працювати неповний робочий день, що буде давати йому можливість поєднувати роботу зі своїми особистими захопленнями [3].

Результати. Отже, метод Едгара Шейна можна використовувати як фільтр, крізь який керівник може розглядати своїх підлеглих. Важливо пам'ятати, що керівник повинен задіяти такі стратегії мотивації, які відображають загальну тенденцію.

Висновки. Підсумовуючи все вищесказане, ми прийшли до висновку, що кар'єра визначає як особистісний, так і професійний ріст людини. І тому, мотивація персоналу відіграє одну з важливих ролей у побудові кар'єри, адже вона сприяє підвищенню активності участі співробітника в справах організації і його особистої зацікавленості в досягненні позитивного результату як для організації, так і для нього самого.

Список літератури.

1. URL: https://studme.org/41256/menedzhment/motivatsiya_karery
2. URL: https://studbooks.net/2583967/menedzhment/karernyy_rost_faktor_motivatsii_personala
3. URL: <https://www.begin.ru/articles/motivatsiya-v-karere.html>
4. Методика «Мотивація до кар'єри» розроблена А. Ное, Р. Ное, Д. Баххубер, адаптована Е.А. Могілевкіним.

УДК 005.8:65.013

НОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РІЗНОМАНІТТЯ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Поліщук І.Г., к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Іванова А.А.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна

Вступ. Головною рушійною силою проектів в сучасних умовах є люди, адже саме люди шукають проблеми, генерують ідеї, збирають спеціалістів, формують нові проекти з метою отримати будь-яку вигоду у вигляді соціального, економічного, технологічного, екологічного та інших ефектів. Проте між гарною ідеєю та реальним реалізованим проектом величезна прірва.

Для створення будь-чого потрібні відомі всім фактори до яких відносяться ідея нового проекту, спеціалісти, котрі готові реалізувати задуми, фінансування, запас часу, технології. Проте, в сучасному світі існує ймовірність не отримати результатів, якщо випустити з уваги організацію процесу втілення задумів. Саме організаційні процеси відіграють важливу роль, однак, на сьогодні існує величезна кількість систем управління проектами і кожного разу висококваліфікований менеджер має обирати підходящу систему для вирішення нових завдань. В залежності від вдалого вибору управлінської системи залежить життєздатність проекту в цілому.

Етап виконання проекту включає виконання пунктів уставу проекту, щоб показати продукти або послуги споживачам і внутрішнім зацікавленим особам. Спочатку іде планування проекту, потім його реалізація. Якщо не ефективно реалізовувати ідеї проекту, то проект не буде успішним навіть при кращому плануванні.

Мета роботи. Виконання проекту включає такі основні компоненти: моніторинг процесів, управління людськими ресурсами та розповсюдження інформації. Проблемі управління людськими ресурсами приділяли увагу багато науковців [1]. Управління людськими ресурсами проекту включають організацію й управління проектною командою.

Для узгодження питань щодо управління проектом на всіх рівнях звертаються до наукового і практичного напрямку менеджменту «Психологія управління проектами». Для визначення основних елементів компетенцій з психології управління проектами можна запропонувати рамкову модель, яка буде змінюватися та доповнюватися[2]. Така модель у проектному менеджменті має об'єктивні передумови, тому, що для здійснення специфічних компетенцій проектні менеджери користуються інструментами й методами, розробленими в інших галузях знань, які не завжди є адекватними.

Матеріали та методи. Ситуація ускладнена різноманітністю і принциповими відмінностями між методами організації праці та постанови завдань. Деякі методи були створені і признані нещодавно, також досить популярні методи яким декілька десятиків століть. Всі методи мають одну спільну рису - це поділ головної мети на підзадачі та їх окреме виконання. Все інше залежить від неймовірної кількості факторів.

На даному етапі розвитку науки управління проектами виділяють такі методи управління проектами: Класичний проектний менеджмент. Agile. Scrum.Lean.Kanban.Six Sigma.PRINCE2 [3]. С першого погляду ці системи мають багато спільного, але при детальному вивченні кожного з них розумієш, що вони зовсім різні. Саме це і ускладнює процес обрання правильної і ефективної системи керування проектами, адже від вибору менеджера

залежать рівень збалансованості трьох китів на яких стоїть весь проектний менеджмент, а саме якість, час, вартість.

Том Петерс визначає роль менеджера у XXI столітті роллю номер один, у той же час Еліахія Голдратт зауважує, що управління проектами є наступним напрямом у безперервному удосконаленні бізнесу [4, с.10].

Результати. Менеджер має реально оцінювати свої можливості, якими він володіє, правильно оцінити середовище і умови створення та існування проекту, а вже потім обрати найбільш доцільнішу систему управління. Проте, найгеніальніші проект-менеджери використовують симбіоз складних систем для отримання найкращого результату, однак, не рідким випадком є ситуації в яких неправильно обрана система або занадто складна новостворена система призводять до повного провалу проектів, іноді навіть на стадії підготовки документів.

Основними індивідуальними елементами компетенції з психології управління проектами визначені: особистісна надійність й цілісність, критичне мислення, креативність, ментальність, винахідливість, прийняття рішень, емоційний інтелект, лідерство, внутрішня мотивація.

Висновки. Отже, кожен проект-менеджер сильно ризикує, коли прийметься за різноманітні проекти, адже не існує двох абсолютно ідентичних проектів, як наслідок кожного разу треба орієнтуватися на нові фактори впливу і використовувати різноманітні методи управління проектами. Різноманіття систем надає повну свободу вибору, але коли є альтернатива вибору існує ймовірність, що зроблений вибір виявиться не правильним, а його результати можна буде побачити тільки після певного етапу. Враховуючи все вище написане можна зробити висновок, що гарний проект-менеджер в сучасному світі відіграє роль номер один.

На даний час є об'єктивні передумови створення Project Management Psychology Framework. Визначено первинний фрейм як сукупність індивідуальних, командитних та організаційних елементів компетенцій з психології управління проектами.

Список літератури.

1. Project Human Resource Management for Project Managers based on the PMBOK // T. D. Jainendrakumar August 2015. P. 1-14. www.pmworldjournal.net
2. Поскрипко Ю.А., Данченко О.Б. Компетенції і компетентність у психології управління проектами. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2019, №3(71). С. 20-36
3. Старченко Г.В. Управління проектами: теорія та практика: навч. посіб. / Г.В. Старченко. Чернігів: видавець Брагинець О.В., 2018. 306с.
4. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами / Драган З. Милошевич: пер. с англ. Е.В. Мамонтова: под ред. С.И. Неизвестного. М. Компания АйТи: ДМК Пресс. 2008. 729с.

УДК [339.138:330.341.1]:004.738.5

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ- МАЙДАНЧИКА

Темченко Г.В., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, **Гіроль В.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. На сьогоднішній день виробнику на споживчому ринку все складніше утримувати лідируючі позиції. Швидкий розвиток сучасних технологій і посилення конкуренції змушують організацію постійно виводити на ринок все нові інноваційні товари. Цими продуктами можуть бути як модифікації вже існуючих зразків, так і розробки принципово нових. В тому і іншому випадку виробник стикається з необхідністю забезпечення ефективної комерціалізації інноваційного товару.

Мета роботи. Для успішного виведення товару на ринок фірма повинна враховувати, що з розвитком технологій змінюється не тільки саме виробництво інноваційних продуктів, але і їх споживання [1, С. 146]. При

взаємодії з товаром, у споживачів може як формуватися лояльність до бренду, так і вступати в силу ефект втрати (коли споживча корисність товару нижче витрачених на придбання засобів). Подібна поведінка споживачів характерно для багатьох товарів. Однак у випадку з інноваційними продуктами, негативна реакція може призвести не тільки до втрати споживчої бази однією фірмою. У гіршому випадку частина споживчої аудиторії може «піти» з ринку інноваційних товарів для відновлення своїх фінансових втрат [2, С. 144].

У зв'язку з цим більшого значення набуває безпосередню взаємодію зі споживачами, що сприяє чіткому позиціонуванню і просуванню нових товарів. Забезпечення оперативного зв'язку з клієнтами стало можливим з розвитком технологій і бізнесу в Інтернет-середовищі.

Матеріали та методи. Зазвичай на прийняття споживачем рішення про покупку впливають такі фактори, як характер покупки, дохід, ціна товару і т.д.

Однак коли мова заходить про Інтернет-майданчиках, то з'являються нові елементи, які не завжди залежать від виробника, наприклад, технічна робота Інтернет-ресурсу, дизайн і юзабіліті інтерфейсу, умови конфіденційності, безпеку сайту і т.д. [3, С. 119]. Цими характеристиками онлайн-ресурсу можна управляти тільки в тому випадку, якщо Інтернет-майданчик створений самою фірмою, інакше виробник змушений вибирати з вже існуючих Інтернет-ресурсів, виконуючи додатковий ряд вимог їх творців (умови оплати, обмеження щодо вмісту сторінки сайту і т.д.).

При цьому порядок оформлення замовлення і можливі опції оплати грають так само велику роль для споживачів [4, С. 14]. Це важливо, тому що застосування Інтернет-майданчиків в маркетингу інновацій може бути пов'язано з таким унікальним фактором, як звернення електронних грошей, які отримують все більше поширення в Україні.

Обираючи для просування інноваційних товарів ту чи іншу Інтернет-майданчик, виробник повинен бути впевнений, що вона відповідає перевагам різних груп споживачів.

Такі Інтернет-майданчиків, наприклад, відео-блогінг, соціальні мережі і поштові сервіси, повинні використовуватися в комплексі, так як в цьому випадку виробник може розраховувати на зацікавленість більшого числа споживачів в своїх товарах.

Для досягнення найкращого результату пропонується розглянути краудфандінг. Багато краудфандінговні майданчики мають зрозумілим і зручним для споживача інтерфейсом, інтегрують в собі практично всі великі соціальні мережі і спрощують процес взаємодії з клієнтами. Це сприяє формуванню позитивного ставлення до товару і фірмі-виробнику з боку споживача.

Однак краудфандінг має свої особливості, які також необхідно враховувати при просуванні інноваційних товарів. Так для споживачів має особливе значення досвід фірми по завершенню краудфандінгових проектів. Чим більше у фірми успішно завершених кампаній краудфандінга, тим більше споживачів вона зможе залучити до нового проекту в перші 3-4 дні.

Варто так само відзначити різноманіття майданчиків краудфандінга. Можна виділити відкриті і закриті типи. На закритому майданчику краудфандінга викладати свої проекти може тільки фірма - власник Інтернет-ресурсу. В цьому випадку, виробник може не боятися конкуренції з товарами інших виробників на одному сайті. Такі майданчики краудфандінга застосовують тільки великі корпорації з сильним брендом [5, С. 156].

Результати. Таким чином, розглянувши всі особливості краудфандінга, можна виділити вигоди і ризики фірми від його застосування в маркетингу інновацій. До вигодам слід віднести наступні позиції: інтеграція всіляких Інтернет-технологій, соціальних мереж і т.д., що мають велике значення для клієнтів; можливість використовувати всі доступні споживачам способи оплати для участі в краудфандінгом інноваційних товарів; оперативний збір інформації про ринок і думок про товар; кампанія краудфандінга проводиться в середньому від 30 до 60 днів; зниження витрат на ряд маркетингових операцій (проведення досліджень ринку, взаємодії зі споживачами, просування і реклама

нових товарів і т.д.); підвищений попит на продукт, створений зусиллями самих споживачів [6, С. 36].

Висновки. Застосування Інтернет-ресурсів для сучасного виробника пов'язано з певними складнощами, облік яких необхідний при просуванні інноваційних товарів. Ці труднощі пов'язані, в тому числі і з особливостями поведінки споживачів на

Інтернет-майданчиках, їх активністю як користувачів он-лайн-ресурсів, ставленням до електронних грошей і т.д.

Список літератури.

1. Фірсанова О.В., Байков В.Г. Класифікація нововведень в маркетингу інновацій за умови врахування рівноваги в поведінці споживачів. Науковий огляд. 2016. № 9. С. 165-174.

2. Фірсанова О.В., Байков В.Г. Маркетингове обґрунтування нових функцій споживачів, які виникають в процесі розробки інноваційних товарів. Науковий огляд. 2016. №18. С. 142-151.

3. Валько Д.В., Сергічева І.А. Підхід щодо систематизації факторів поведінки споживачів на українському ринку електронної торгівлі. Вісник університету ім. А. Нобеля. 2019. №1. Том 8. С. 115-121.

4. Никитина И.В. Формирование спроса на рынке электронной коммерции: автореф. дис. канд. экон. наук. Москва: МГУ, 2008. 25 с.

5. Седельніков С.Р Краудфандінг як інструмент фінансових стартапів в Україні. Проблеми сучасної економіки. 2015. № 4 (56). С. 154-157.

6. Лapidус Л.В. Краудсорсинг и краудфандинг. Маркетинговое продвижение проектов, продукции и услуг. Вестник финансового университета. 2016. №4 (94). С. 32-41.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Темченко Г.В., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, **Мацур Л.В.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Незважаючи на відсутність повністю усталеної термінології в сфері цифрового/електронного (digital) маркетингу, існує загальне визнання актуальності і перспектив розвитку маркетингових технологій в цьому напрямку. Сам термін digital marketing в значенні «маркетинг товарів і послуг з використанням цифрових технологій» став активно використовуватися в 1990-ті - на початку 2000-х рр. в зв'язку з розвитком Інтернету та інструментів Інтернет-маркетингу, обмежується Інтернетом. На думку ряду фахівців, то, що ми називаємо цим терміном сьогодні, фактично з'явилося набагато раніше, ніж Інтернет і відповідні технології.

Мета роботи. Цифровий маркетинг в широкому сенсі може трактуватися, як маркетинг із застосуванням будь-яких електронних приладів. Таке трактування «розширює» тимчасові рамки існування та використання digital маркетингу і показує, що електронний маркетинг - набагато більш масштабне явище, ніж «маркетинг в Інтернеті», з яким його переважно асоціюють, хоча і представлений в значній мірі Інтернет-маркетингом і його інструментами. Найбільш активний період розвитку цифрового маркетингу пов'язаний саме з поширенням Інтернету і тими змінами, які відбуваються в зв'язку з цим в поведінці покупців, їх потреби та очікування, з одного боку, і з новими можливостями, які відкриваються з точки зору збору і аналізу даних, а також планування та реалізації комунікаційних кампаній в онлайн-середовищі, з іншого боку.

Матеріали та методи. Найбільш важливими причинами того, що електронний маркетинг в даний час знаходиться в фокусі уваги компаній будь-яких розмірів, які представляють усі сфери діяльності, є: «перетікання»

споживачів в цифрові канали; можливість таргетування; можливість збирати і обробляти величезні обсяги інформації про споживачів і на цій основі робити їм пропозицію, повністю адаптоване під їхні смаки і потреби.

Тенденції цілком очевидні – споживач проводить все більше часу в цифровому середовищі. Так, дослідження компанії Nielsen показало, що в середньому житель США старше 18 років ще пару років тому проводив більше 11 годин на день в будь-якої електронної середовищі або з електронним гаджетом (Сюди дослідники включили телебачення, радіо, Інтернет, смартфони, ігрові приставки та інші прилади) [1].

Використання коштів digital маркетингу виводить таргетування на принципово інший рівень і дозволяє уникнути контакту з незацікавленої аудиторією, обмежившись саме тими людьми і компаніями, які можуть стати клієнтами. При цьому мова не йде виключно про підбір аудиторії з базових демографічними характеристиками, тому що електронний маркетинг дає можливість орієнтуватися на властивості особистості, її інтереси і сферу діяльності.

Більш того, сучасний споживач і очікує саме цього - що компанія знає і пам'ятає про його інтереси та вподобання і готова надати необхідну інформацію та рівень сервісу там і тоді, де і коли йому це зручно. Людина дратується, отримуючи «неправильну» інформацію, яка показує, на його погляд, недолік уваги до його персони - наприклад, в ситуації, коли Інтернет-магазин товарів для дітей продовжує надсилати йому інформацію про знижки на товари для новонароджених, в той час як його дитина вже пішов в школу.

Розглянуті вище фактори є, як уже було сказано, основними причинами підвищеної уваги до цифрового маркетингу, який в даний час представлений як в онлайн, так і в офлайн середовищах, де досягнення цифрових технологій використовуються для підвищення актуальності та ефективності традиційних маркетингових інструментів.

В онлайн-середовищі можна виділити кілька великих категорій, що відносяться до цифрового маркетингу і досить добре відомих: пошукова

оптимізація (Search Engine Optimization, SEO); пошуковий маркетинг (Search Engine Marketing, SEM); контент-маркетинг (Content Marketing); маркетинг в соціальних мережах (Social Media Marketing, SMM); PPC-реклама (Pay-Per-Click Advertising); партнерський маркетинг (Affiliate Marketing); E-mail маркетинг (E-mail Marketing) [2].

Як правило, саме ці напрямки цифрового маркетингу привертають найбільшу увагу. При цьому використання digital маркетингу в офлайн-середовищі заслуговує окремого розгляду, оскільки тут традиційні технології використовуються разом з цифровими, взаємно посилюючи свій вплив.

Результати. Підключення пристрою Інтернету речей все більш активно входять в життя сучасної людини і так само активно впливають на маркетинг. Незважаючи на те що багато компаній ще не бачать, як саме це явище буде відображатися на їх діяльності, вплив Інтернету речей (LoT, Internet of Things) зможе зрівнятися тільки з появою самого Інтернету, і поки складно визначити всі напрямки цього впливу. З точки зору маркетингу на сьогоднішній день можна припустити наступні напрямки впливу: спрощення збору та обміну інформацією, що стосується продажів; спрощення процесу збору інформації про клієнтів і збільшення її обсягу і якості; підвищення якості післяпродажного сервісу; новий рівень маркетингу в соціальних мережах [3].

Це лише деякі з можливих варіантів застосування Інтернету речей в маркетингу, причому багато вже реалізується, поки залишаючись непоміченим мільйонами споживачів.

Висновки. Таким чином, найголовнішою тенденцією розвитку цифрового маркетингу на сучасному етапі слід, очевидно, вважати величезну кількість і різноспрямованість явищ, здатних якісно змінювати суть маркетингової діяльності. Найбільш важливими напрямками докладання зусиль стає поступове включення нових інструментів в діяльність все більшої кількості компаній і інтегрування «традиційних» і нових видів маркетингових комунікацій.

Список літератури.

1. The Total Audience Report. [Електронний ресурс] URL: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2015/the-total-audience-report-q4-2014.html> (дата звернення: 31.03.2021).

2. Official Website of the National Safety Council. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nsc.org/DistractedDrivingDocuments/CPK/Attributable-Risk-Summary.pdf> (дата звернення: 31.03.2021).

3. Dave Chaffey. 10 Marketing Trends to act on in 2018. [Електронний ресурс] URL: https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/10-marketingtrends/?utm_source=enews&utm_medium=email&utm_campaign=enews_January_3rd_2018&utm_content=basic%2F (дата звернення: 31.03.2021).

УДК 659.1:005.1

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ

Темченко Г.В., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет, **Шамкій І.Ю.**, здобувач, Криворізький національний університет, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Прискорений та безупинний розвиток науково-технічної сфери і сучасних технологій не оминає і маркетинг. Маркетингові комунікації стають все більш значущою сферою що, у свою чергу, впливає і на сучасний стан рекламної діяльності та сприяє розвитку нових напрямків, стратегій, тенденцій і закономірностей на ринку реклами і рекламного бізнесу.

Мета роботи. У наш час інформація є цінним ресурсом, який надає великі переваги володарям цього ресурсу. Існує багато способів отримання інформації, одним з таких і є реклама. Споживач, потенційний покупець, без необхідної йому інформації про певний товар чи послугу, даремно витрачає свій час, якого і так зазвичай бракує. Реклама, але варто зазначити, що саме якісно створена реклама, може надати потрібну інформацію і допомогти прийняти рішення при виборі. Тому дослідження чинників та напрямів

формування й функціонування сучасного ринку реклами, а також прогнозування його подальшого розвитку є актуальним.

Матеріали та методи. Сучасне життя неможливо уявити без реклами, яка кожного дня, будучи постійною супутницею людини, змінюється разом з нею.

Маркетологи зазначають, що реклама – це важлива складова частина маркетингової діяльності, яка є своєрідним інформаційним виходом на потенційних споживачів, клієнтів і ділових партнерів.

Відповідно до законодавства України реклама - це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1].

Реклама є сферою динамічною та прогресуючою і потребує вивчення її нових особливостей. Тому визначимо та розглянемо детальніше сучасні тенденції у напрямку розвитку ефективної реклами [2, С. 405]:

1) Відеоконтент. Проведенні науковцями дослідження показують, що рухома візуальна інформація сприймається мозком швидше за іншу. Саме тому, на ринку реклами спостерігається стрімкий розвиток відеоконтенту. Перевага відео перед звичайним текстовим повідомленням полягає також і у тому, що текст може бути неправильно інтерпретований людиною, адже на це впливає ряд чинників. Тоді як відеоролик створює відповідне емоційне враження. Відео продає краще і це факт

2) Щирість та достовірність інформації. Реклама має бути правдивою, чесною та прозорою. Суть полягає у меншому просуванні продукції та більшому розумінні споживача як людини. Адже деякі недобросовісні виробники та рекламодавці, виключною метою яких є отримання найбільшої вигоди для себе, користуються тим, що покупець може не мати належного досвіду або знань. Але сьогодні, завдяки Інтернету можна легко знайти багато відгуків та характеристик товару або послуги яка вас цікавить. Тому будь-яка

подібна спроба застосування хитрощів чи недостовірної інформації буде одразу оприлюднена, прокоментована, осуджена та покарана.

3) Соціальні мережі. У час стрімкого розвитку інформаційних та цифрових технологій, для розміщення реклами все привабливішими стають саме соціальні мережі, оскільки охоплюють велику кількість користувачів та мають відповідну базу даних про них. Також великою перевагою соціальних платформ є змога налаштувати і деталізувати необхідну вам цільову аудиторію на яку буде спрямована реклама. Це допоможе мінімізувати витрати та збільшити ефективність рекламної кампанії. Реклама у соціальних мережах - чудовий спосіб поширення інформації та підвищення впізнаваності бренду.

4) Особисте спілкування. Спілкування і комунікація з клієнтом є важливою складовою успішної реалізації як певного товару (послуги) так і бренду в цілому. Тому майбутнє продуктивної реклами неможливе без інформаційних розповідей, креативних візуалізацій, що викликають певні почуття у підсвідомості споживачів. Прагнення бути ближче до споживача - це додаткова можливість підвищити ступінь довіри клієнтів. Саме тому все більшої популярності набувають такі напрямки як event-маркетинг, а саме: відкриття, презентації, виставки, а в умовах, що склалися - прямі трансляції та вебінари. Організація та проведення подібних заходів, ефективно впливає на просування товару та послуги фірми, адже викликають у відвідувачів емоції, складають образ підприємства чи марки та активізують увагу, зацікавленість споживачів до представленої продукції [3, С. 281].

Результати. Не дивлячись на низькі показники розвитку рекламного ринку України, вітчизняний ринок може вважатися і вважається досить перспективним. Питання постає в темпах розвитку ринку рекламних послуг, які з кожним роком набирають обертів, хоча ще не досягають результатів, як інші розвинені країни. Для підвищення результатів розвитку ринку рекламних послуг важливо визначити чинники і фактори, що впливають на даний процес [4, С. 90]. Тому подальшими перспективами розвитку стануть причини щорічної невідповідності цін на рекламні послуги.

Висновки. Відомо, що у нас час підприємницька діяльність не має шансу на розвиток без реклами, яка вже давно є одним з найважливіших атрибутів сучасного суспільства. На основні тенденції функціонування рекламного ринку впливають як глобалізаційні процеси, так і соціокультурний розвиток. Тому акцент у розвитку сучасної реклами робиться не на просування товару та його основних властивостей, а саме на потреби та вподобання споживачів. Впровадження нових, перспективних методів і стратегій є запорукою створення якісної, сучасної та ефективної реклами.

Список літератури.

1. Закон України «Про рекламу»: чинне законодавство станом на 13 серпня 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. Київ: Києво-Могилянська ака- демія, 2009. 831 с.
3. Гупаловська В.А. Психологія реклами: навчальний посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 384 с.
4. Мунтян І.В. Особливості та перспективи розвитку ринку реклами в Україні. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Том 11. Вип. 1. С. 89-92.
5. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Київ: ООО «Експерт», 2001. 384 с.

Регіональна економіка, демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика

УДК 314.743

МІГРАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: СУТНІСТЬ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Яковенко Ю.В., асистент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна.

Вступ. Висока мобільність населення країн світу у ХХІ столітті спричинена явищами глобалізації та інтернаціоналізації. Ця мобільність може мати, як позитивний, так і негативний ефекти. Перед кожною країною постає завдання забезпечення нормативно-правового регулювання міграційних процесів і виокремлення унікальної державної політики з чіткими засобами її реалізації. Враховуючи, що зростання чисельності міграційних потоків у світі вже перевищує розрахунково-планові показники, питання визначення сутності міграційної політики, конкретизації проблемних аспектів її впровадження буде набувати все більшої актуальності, у тому числі для України.

Метою роботи є визначення сутності, проблемних аспектів міграційної політики України та напрямів їх вирішення.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використано загальнонаукові методи наукового пізнання. Метод групування використано під час визначення позитивних та негативних аспектів міграційної політики України. Методи синтезу та конкретизації використано для формування напрямів вирішення проблемних аспектів міграційної політики в Україні.

Результати. Питання визначення сутності, проблемних аспектів міграційної політики України та напрямів їх вирішення ставало предметом вивчення багатьох дослідників. Зокрема, варто виокремити таких дослідників,

як Е.М. Лібанова, О. А. Малиновську, П. Г. Безуглого, К. В. Шиманську які акцентували увагу саме проблемних аспектах міграційної політики України.

Підрозділ MOM щодо управління міграцією, міграційними процесами (MiGOF) визначає міграційну політику як «закон та політику, що впливає на рух людей і включає політику щодо подорожей та тимчасової мобільності, імміграції, еміграції, громадянства, ринків праці, економічного та соціального розвитку, промисловості, торгівлі, питання соціальної згуртованості, соціальних служб, охорони здоров'я, освіти, правоохоронних органів, зовнішньої політики, торгівлі та гуманітарних питань» [1].

Оцінка ефективності міграційної політики країни здійснюється за допомогою багатьох показників. Одним з найбільш використовуваних показників є індекс політики інтеграції мігрантів (MIPEX). Цей показник є інтегральним та поєднує 8 основних критеріїв (мобільність ринку праці; простота возз'єднання за сімейними зв'язками; освіта; охорона здоров'я; можливість участі у політичному житті; можливість здійснення легального довгострокового проживання; можливість отримання громадянства; антидискримінаційні настрої в суспільстві).

Україна у 2020 році отримала 48 балів зі 100 можливих, посівши 31 місце серед 52. Разом з тим, Україна є країною-донором міграційних потоків. Тому, порівняємо значення індексу політики інтеграції мігрантів у 2014-2020 роках для України та інших країн-донорів міграційних потоків (Рис.1).

Таким чином, позиції України щодо індексу політики інтеграції мігрантів з 2014 по 2020 роки майже не змінилися. Ухвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року у 2017 році не створило суттєвих передумов для зростання показника індексу. Стратегія має ряд переваг та недоліків, які доцільно узагальнити у таблиці 1.

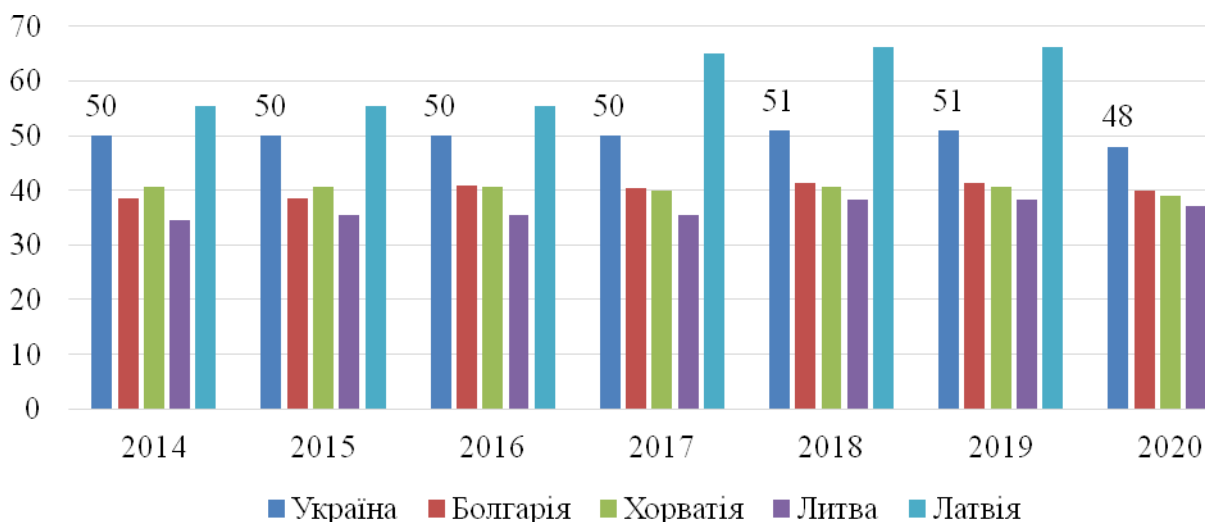


Рис. 1 Показник індексу політики інтеграції мігрантів України та інших країн-донорів міграційних потоків у 2014-2020 році [2].

Таблиця 1. - Переваги та недоліки Стратегії державної міграційної політики України

Створено автором на основі [3]

Переваги стратегії	Недоліки стратегії
<u>Вперше визначено основні принципи міграційної політики в Україні</u>	<u>Не розмежовано заходів міграційної політики України, як країни-донора, країни-реципієнта та країни проміжної дислокації</u>
<u>Окреслено первинний перелік питань у сфері міграції, що потребують правового регулювання в Україні</u>	<u>Не окреслено причинно-наслідковий зв'язок між міграційними процесами в Україні та економічним потенціалом країни</u>
<u>Визначено основні напрями реалізації</u>	<u>Не визначено основний категорійний апарат</u>
<u>Розмежовано напрями у сфері протидії нелегальній міграції та легальної міграції</u>	<u>Поєднання заходів соціальної та демографічної політик у міграційній політиці</u>
	<u>Нечітко і непропорційно визначені етапи реалізації стратегії</u>
	<u>Нечіткість визначення методів і підходів моніторингу та оцінки результативності стратегії</u>

Загалом, вдосконалення міграційної політики України має здійснитися за такими основними напрямами:

1. Розмежувати напрями міграційної політики на заходи «стримування, мінімізації та легалізації» (для України, як країни-донора); «сприяння,

агітування та залучення» (для України, як країни-реципієнта); «залучення, збереження та асимілювання» (для України, як країни проміжної дислокації).

2. Навести поряд напрямами Стратегії не тільки причинні фактори, але й очікувані результати від здійснення (реалізації).

3. Закріплення на законодавчому рівні використання у міграційній політиці України категоріального апарату міжнародних організацій (МОМ, МОП, ООН) або розроблення власного.

4. Виокремлення напрямів затвердженої Стратегії, що мають суто внутрішньонаціональний характер (паспортизація населення, покращення його демографічного обліку тощо) у окрему соціальну політику.

5. Чітке визначення заходів другого етапу реалізації Стратегії (оцінка даних, опрацювання поточних та кінцевих результатів тощо).

6. Визначення методів і підходів, за допомогою яких можливо буде здійснити інформативні висновки.

Висновки. Таким чином проведене дослідження дозволило: проаналізувати показники ефективності міграційної політики України у 2014-2020 роках; окреслити переваги та недоліки Стратегії міграційної політики України до 2025 року; визначити напрями вирішення недоліків Стратегії міграційної політики України до 2025 року.

Список літератури.

1. Migration-Governance-Framework. URL: <https://governingbodies.iom.int>

2. MIPEX. URL: <https://www.mipex.eu/ukraine>

3. Про схвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/482-2017-p#Text>.