



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ

**науково-практичної конференції
за підсумками проходження здобувачами вищої
освіти виробничих практик**

31 березня – 1 квітня 2022 року



Полтава – 2022

УДК 378.147.88 : 33

ББК 74.58 : 65

Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик. Випуск 15. Полтава: ПДАУ, 2022. 212 с.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій Полтавського державного аграрного університету (протокол №6 від 07 лютого 2022 р.)

Редакційна колегія збірника матеріалів конференції:

Світлична А.В., директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, к.е.н., доцент;

Дядик Т.В., заступник директора навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, к.е.н., доцент;

Загребельна І.Л., заступник директора навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, к.е.н., доцент;

Дячков Д.В., заступник директора навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, д.е.н., доцент;

Калюжна Ю.П., координатор практичної підготовки спеціальності Маркетинг, к.е.н., доцент;

Козаченко Ю.А., координатор практичної підготовки спеціальності Право, к.ю.н., доцент;

Миколенко І.Г., координатор практичної підготовки спеціальності Економіка, д.е.н., доцент;

Писаренко С.В., координатор практичної підготовки спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, к.с.-г.н., доцент;

Федірець О.В., координатор практичної підготовки спеціальності Менеджмент, д.е.н., доцент;

Шупта І.М., координатор практичної підготовки спеціальності Публічне управління та адміністрування, к.п.н., доцент.

У збірнику подано матеріали досліджень, оприлюднених на науково-практичній конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик. У публікаціях зроблені узагальнення теоретичних знань та практичних навичок здобутих підчас практики на базі конкретних підприємств, установ, організацій.

Відповідальність за зміст та редакцію наукових праць несуть їх автори та наукові керівники.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 ЕКОНОМІКА

<i>Ананенко І.В., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА	13
<i>Бондаренко Є.Р., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	15
<i>Валенко А.Г., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	17
<i>Горбань В.К., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	19
<i>Граб Р.О., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.</i>	
ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	21
<i>Гужва Н.В., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ЧИННИКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	23
<i>Джакеллі Н.С., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	25
<i>Подольна А.М., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	27
<i>Попадін Є.В., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЩОДО ОБГРУНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВІ	30
<i>Ребрик С.С., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	32
<i>Репіна М.С., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	34

<i>Рибаченко К.О., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	35
<i>Стеценко В.О., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	37
<i>Строкань А.О., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	39
<i>Цимбалістий В.В., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О.Д.</i>	
ЕКОНОМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЄЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	42
<i>Цикало О.В., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.</i>	
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	44

СЕКЦІЯ 2. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 292 МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>Дергільов І.А., СВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Шкурупій О. В.</i>	
КРИПТОВАЛЮТА ЯК ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	47
<i>Значко Є.Д., СВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Шкурупій О.В.</i>	
ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ: СТАН, ДИНАМІКА, СТРУКТУРА	49
<i>Богаєвський Є.І., СВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Шкурупій О. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ США	52

СЕКЦІЯ 3. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 073 МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Бондаренко Д.В., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Вороніна В.Л.</i>	
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ	55
<i>Бриж Т.Б, СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	57
<i>Гончаренко А.С., СВО Магістр , спеціальності 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	58
<i>Запорожець М., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т.О.</i>	
КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА	60
<i>Кравчук А., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л.М.</i>	
УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	63
<i>Кривчун Р.Ю., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ	65
<i>Манойло Н.О., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: д.е.н. професор Березіна Л.М.</i>	
ОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	66
<i>Олексенко А.А., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
ПРІОРИТЕТНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	69
<i>Панова Я.Г., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РИЗИК-СЕРЕДОВИЩА	70
<i>Пасічник Є. М., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Вороніна В.Л.</i>	
ТИМБІЛДІНГ ЯК ОДИН З ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	72
<i>Петренко В.Р. СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	74
<i>Прокопенко Н.О., Цимбал В. В., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	76

<i>Сотніков В.С., здобувач СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АТКБ «ПРИВАТБАНК»	78
<i>Щербакова Ю. О., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент, Воронько-Невіднича Т. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	79
СЕКЦІЯ 4. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 МАРКЕТИНГ	
<i>Бородіна Д.С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., доцент Дядик Т. В.</i>	
ПІДПРИЄМСТВО НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ	82
<i>Зінченко А.М., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.</i>	
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	84
<i>Золотоверх А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.</i>	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	86
<i>Козина Ю.В., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.</i>	
ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПРОМІНЬ-ПРИВАТ»	88
<i>Магарламова Е.М., СВО Магістр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.</i>	
АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКОГО ОБ'ЄДНАННЯ	90
<i>Миколаєнко А.С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.</i>	
МЕБЛІ, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ СТВОРИТИ У ВАШІЙ ОСЕЛІ ЗАТИШОК	92
<i>Ніконова К., СВО Магістр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.</i>	
ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ТОВ «ТЕРМАСТІЛ»	94
<i>Поштарь С.А., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т.В.</i>	
HR-МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	96
<i>Стешенко С.В., СВО бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т.В.</i>	
МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ	97
<i>Цирульнікова Ю.С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг</i> <i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т.В.</i>	
КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД DIGITAL-МАРКЕТИНГУ	99

СЕКЦІЯ 5. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 076 ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Бабич А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.т.н., доцент Калашник О.В.

АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА 101

Братішкіна К.І., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.е.н., доцент Писаренко С.В.

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ЛОГІСТИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 102

Вишар О.Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА 104

Гаряга Р.О., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 106

Глуценко В.В., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ТРУДОВІ РЕСУРСИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ УПРАВЛІННЯ 108

Дашко Е.О., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА 110

Драб А.М., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРА 112

Жогаль О.О. СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 114

<i>Іванова А.С., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.</i>	
ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	116
<i>Ковальчук А.О., СВО Магістр, спеціальність 076 Підприємництво торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А.В</i>	
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	118
<i>Колінько В. А., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: д.е.н., професор Яснолоб І. О.</i>	
ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ (СТАЖУВАННЯ З ФАХУ) НА ПП «ЛУБНИМАШ»	120
<i>Кондратович С.С., СВО Магістр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н, доцент Світлична А.В.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	122
<i>Лисенко А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.</i>	
АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА	125
<i>Лоза О.Г., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ТОВАРАХ	127
<i>Матюхіна А.Р., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х.З.</i>	
БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗЬ – ЛІДЕР ЗА ОБСЯГАМИ ВКЛАДЕНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ	129
<i>Міхтієв Р.Е., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.</i>	
ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЧИННИКИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ	131
<i>Петраш В.О., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</i>	
<i>Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	133

Решетник І.В., СВО Магістр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

135

Токар А. С., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

137

СЕКЦІЯ 6. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 281 ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Борильченко А. Є., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.

ВИКОНАВЧІ КОМІТЕТИ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ФУНКЦІЇ ТА ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ

139

Веремчук А.Т., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І.М.

ЕТИЧНА ПОВЕДІНКА ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

141

Діденко С. М., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕРВІСНОГО ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

143

Зінченко Ю.Ю., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.

ПРОЗОРИСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ПОІНФОРМОВАНІСТЬ ГРОМАДЯН ПРО ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ

145

Гнаток Є.М., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: д. е. н., професор, Дорофєєв О.В.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

148

Колісник О.Д., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.

РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

150

<i>Колечкіна І.В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.</i>	
ПІДТРИМКА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ОРГАНАМИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	153
<i>Колечкіна І.В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.</i>	
ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З БІЗНЕСОМ	155
<i>Литвин Д.В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне адміністрування та управління</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Панасенко Н.Л.</i>	
ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	159
<i>Литовченко А. П., ЗВО СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: д.держ. упр., професор Лозинська Т. М.</i>	
МЕТА КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	161
<i>Манько А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І.М.</i>	
ПРОФЕСІЙНЕ ЕМОЦІЙНЕ ВИГОРАННЯ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ	164
<i>Рубашенко А. В., Чабалін Ю. В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О.Д.</i>	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ДОСВІД КРАЇН ЄВРОПИ	166
<i>Рукавиця О.Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.</i>	
СУЧАСНІ ПРАКТИКИ ПАРТИЦИПАТОРНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ	167
<i>Стрілець О.В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.</i>	
ВЕБ-САЙТИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА ГРОМАДЯН	170
<i>Стрілець О.В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування</i>	
<i>Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ ДІАЛОГУ ОРГАНІВ ВЛАДИ І ГРОМАДСЬКОСТІ	173

Сученко М.О., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.

СЕРВІСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ Е-ДЕМОКРАТІЇ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ПОЛТАВСЬКОГО РАЙОНУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

176

Чеверда В. А., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к.е.н., доцент Волкова Н. В.

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

179

Чайка А. В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.

ГРОМАДСЬКИЙ БЮДЖЕТ ТА ІНШІ ПРАКТИКИ ВЗАЄМОДІЇ ПИРЯТИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

181

СЕКЦІЯ 7. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 081 ПРАВО

Андрейко Я. Г., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.

УЗАГАЛЬНЕННЯ АНАЛІЗУ НОРМАТИВНИХ АКТІВ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ПОДІЛЬСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ У МІСТІ ПОЛТАВА

185

Глазунова Д.О., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОСАДОВИХ ФУНКЦІЙ ФАХІВЦЯ З ПРАВА СИСТЕМИ БВПД

187

Глуценко О.Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю.А.

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ РАД (НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛІВСЬКОЇ СІЛЬСЬКОЇ РАДИ)

189

Дерев'янка В.С., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.

СУДОВЕ РІШЕННЯ ЯК АКТ ПРАВОСУДДЯ: ФОРМА І ЗМІСТ

192

Жемела І.О., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЗАДЛЯ РУХУ»)

195

Жилкіна К.С., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.

ПРАВОВІ ЗАСАДИ АДВОКАТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

197

<i>Маркович М.Ф., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право</i>	
<i>Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.</i>	
ДЕЯКІ АСПЕКТИ НАДАННЯ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНІ	199
<i>Чаплигіна А.Р., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право</i>	
<i>Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.</i>	
ДЕОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ НОТАРІАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	201

СЕКЦІЯ 8. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 126 ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

<i>Канцібер Д.С., СВО Бакалавр, спеціальність 126 Інформаційні системи та технології</i>	
<i>Науковий керівник: к.ф.-м.н., доцент Копішинська О.П.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ВЕБТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ПРОЄКТУВАННІ САЙТІВ	205
<i>Проскура А.Д., СВО Бакалавр, спеціальність 126 Інформаційні системи та технології</i>	
<i>Науковий керівник: к.т.н., доцент Рябий М.О.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ БІБЛІОТЕКИ REACT ДЛЯ СУЧАСНИХ ВЕБЗАСТОСУВАНЬ	208
<i>Хухро І., СВО «Бакалавр», спеціальність «Інформаційні системи та технології»</i>	
<i>Науковий керівник: к.т.н., доцент Рябий М.О.</i>	
АДРЕСАЦІЯ В ІНТЕРНЕТ: URL, URI, ДОМЕННІ ІМЕНА, IP-АДРЕСИ, ПРОТОКОЛИ ДОЗВОЛУ ДОМЕННИХ ІМЕН	210

СЕКЦІЯ 1. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 ЕКОНОМІКА

*Ананенко І.В., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Раціональність і максимальна ефективність використання задіяних у процесі сільськогосподарського виробництва ресурсів, є необхідною передумовою досягнення збалансованості інтересів суспільства за соціальним, економічним та екологічним критеріями, а також фундаментом забезпечення національних пріоритетів у розвитку аграрного сектору, зокрема, досягнення продовольчої безпеки, успішної експортної політики, цілей доходності сільськогосподарських товаровиробників і забезпечення соціально орієнтованої державної аграрної політики. Це вимагає, зокрема, посиленої уваги до питань землекористування, реалізації трудового потенціалу, підвищення рівня інноваційності застосовуваних техніки та технологій в аграрному секторі економіки [2, с. 3].

Товариство з обмеженою відповідальністю «Промінь-Приват» створене на підставі Законів України «Про власність», «Про господарські товариства», Цивільного Кодексу України, Господарського Кодексу України та інших законодавчих актів України [1].

Ресурсний потенціал підприємства становлять земельні та трудові ресурси, основні виробничі фонди, енергетичні потужності, поголів'я тварин. Динаміка земельних угідь наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка посівних площ у ТОВ «Промінь-Приват», 2018-2020 рр., га

Види угідь	Роки			2020 р. до 2018 р., %
	2018	2019	2020	
Загальна земельна площа	4299,3	4299,3	4299,3	100,0
в т. ч. сільськогосподарські угіддя	4249,3	4249,3	4249,3	100,0
з них рілля	4165,4	4165,4	4165,4	100,0
сінокоси	50,3	50,3	50,3	100,0
пасовища	33,6	33,6	33,6	100,0
Навантаження на 1 середньорічного працівника: сільськогосподарських угідь	25,1	25,1	25,1	100,0
ріллі	24,6	24,6	24,6	100,0

Джерело: дані підприємства, розрахунки автора

Площа сільськогосподарських угідь підприємств становить 4299,3 га. Площа сільськогосподарських угідь складається із ріллі, площа якої у 2020 р. становила 4165,4 га. Площа сінокосів складала 50,3 га. Загальна земельна площа ТОВ «Промінь-Приват» у 2020 р. становила 4299,3 га. Навантаження на одного сільськогосподарського працівника сільськогосподарських угідь складало 25,1 га, ріллі – 24,6 га.

За останні 10-15 років ситуацію з трудовими ресурсами у сільськогосподарському виробництві значно погіршила міграція за кордон на заробітки висококваліфікованих працівників сільського господарства. Залучення до сільськогосподарського виробництва кваліфікованих фахівців та вдосконалення відновлення кадрового потенціалу підприємств є одним з стратегічних напрямків розвитку вітчизняного сільського господарства і села. Проаналізуємо працівників ТОВ «Промінь-Приват» в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка кількісного складу працівників ТОВ «Промінь-Приват», 2018-2020 рр., осіб

Показники	Роки			2020 р. до 2018 р., %
	2018	2019	2020	
Середньооблікова чисельність працівників, зайнятих в сільськогосподарському виробництві	169	169	169	100,0
у т. ч. в рослинництві	49	49	49	100,0
тваринництві	120	120	120	100,0

Джерело: дані підприємства, розрахунки автора

Кількість працівників у 2020 р. становила 169 осіб. Чисельність працівників галузі рослинництва – 49, тваринництва – 120 осіб. Всі працюючі вчасно отримують заробітну плату.

Ресурсний потенціал сільського господарства, в основі якого високопродуктивні землі сільськогосподарського призначення й сприятливі агрокліматичні умови та висококваліфікований персонал, має значні можливості для подальшого свого розвитку [3, с. 85].

Ефективний розвиток підприємства потребує змін у використанні ресурсної бази, впровадженні ресурсозберігаючих інноваційних високопродуктивних технологій сільськогосподарського виробництва, для забезпечення виробництва високоякісної та конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції та продовольства [1].

Список використаних джерел:

1. Ресурсний потенціал підприємств в аграрній сфері. URL: https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/12074.009.pdf (дата звернення: 07.02.2022).

2. Ресурсний потенціал аграрної сфери: проблеми та завдання ефективного використання: аналіт. доп. / О.В. Собкевич, В.М. Русан, А.Д. Юрченко, О.В. Ковальова та ін. К.: НІСД, 2013. 76 с.

3. Тредіт В.Є. Методика оцінки величини ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання*. 2015. № 4. С. 84-89.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У системі маркетингового управління політикою розподілу сільськогосподарської продукції важливе місце повинна займати стратегія організації торговельних каналів або стратегія збуту. Стратегії збуту сільськогосподарської продукції залежать від їх диференціації та сезонності. Залежно від каналу збуту, господарства можуть застосовувати активні стратегії прямого постачання, які дозволяють активні прямі продажі споживачам великими та середніми партіями за помірними цінами, а також активні стратегії непрямого постачання для забезпечення активних непрямих оптових та інших посередників у великі партії за низькими цінами.

Мета стратегії збуту – організація оптимальної збутової мережі для ефективного збуту продукції, включаючи створення мережі оптово-роздрібних магазинів, проміжних складів, пунктів технічного обслуговування та виставкових залів, визначення маршрутів руху товарів, організацію перевезень, доставка та навантаження, інші логістичні збути, спрямовані на це, щоб забезпечити оперативність руху товарів. У процесі діяльності проблема збуту вирішується на етапі розробки корпоративної стратегії. Йдеться про вибір найбільш ефективних систем, каналів і методів збуту для конкретних ринків. Це означає, що виробництво з самого початку орієнтоване на конкретні форми і методи збуту, найбільш сприятливі умови. Тому розробка стратегії збуту має на меті визначення оптимальних напрямків та інструментів, необхідних для забезпечення максимально можливої ефективності процесу збуту [1, с. 373].

Характеристики сільськогосподарської продукції висувають особливі вимоги до каналів збуту, а саме: провести ретельне дослідження ринку, сформувані розвинений склад і побудувати оптимальну логістичну систему. Узагальнюючи численні наукові підходи до управління маркетинговою діяльністю, ми вважаємо, що маркетинг є специфічною функцією менеджменту і спрямований на підвищення ефективності збуту. Відсутність маркетингових послуг або наявність досвідчених маркетологів на аграрних підприємствах означає, що організацію збуту, пошук нових клієнтів і канали збуту зазвичай бере на себе безпосередньо керівник підприємства або ці завдання доручаються йому крім основних завдань [2, с. 108].

Для визначення стратегічних напрямків розвитку каналів розподілу проведемо поглиблений аналіз збутової діяльності ПСП «Дружба» в розрізі основних видів продукції: озимої пшениці, кукурудзи на зерно, соняшнику, цукрових буряків, худоби (в живій масі), а також молока.

Аналіз даних таблиці 1 свідчить, що найбільшу питому вагу в реалізації озимої пшениці у ПСП «Дружба» займає канал збуту продукції комерційним організаціям, зокрема зернотрейдером (ТОВ «Українське зерно», ТОВ «Кернел-Трейд», ТОВ СП «Нібулон»). Так, в 2017 р. на даний канал припадало 74,1 %

обсягу реалізованої озимої пшениці, а в 2021 р. – 72,5 %. Простежується тенденція до збільшення питомої ваги каналу реалізації озимої пшениці через їх видачу населенню в рахунок оплати праці (включаючи реалізацію через систему громадського харчування). Реалізація озимої пшениці в ПСП «Дружба» через ринкові інституції (аграрні біржі) протягом 2017-2021 рр. не проводилася. Відмітимо, що реалізація зернових культур через біржу є більш ефективною, ніж через інші канали збуту. Підтвердженням цього є висока ціна збуту зернових саме через цей канал продажу продукції.

Таблиця 1

Канали реалізації озимої пшениці у ПСП «Дружба», 2017-2021 рр.

Показники	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Реалізовано – всього					
Кількість, ц	17844	28720	37855	9063	22558
Ціна реалізації, грн./ц	166	164,1	161,44	190,37	127,18
Питома вага каналу, %	100	100	100	100	100
Видано населенню в рахунок оплати праці (включаючи реалізацію через систему громадського харчування)					
Кількість, ц	4621,6	7294,9	9690,9	2374,5	6203,4
Ціна реалізації, грн./ц	163,88	158,15	155,68	179,44	185,75
Питома вага каналу, %	25,9	25,4	25,6	26,2	27,5
Реалізовано за іншими каналами збуту					
Кількість, ц	13222,4	21425,1	28164,1	6688,5	16354,6
Ціна реалізації, грн./ц	174,15	172,48	167,54	198,37	142,83
Питома вага каналу, %	74,1	74,6	74,4	73,8	72,5

Отже, реалізація збутової стратегії ПСП «Дружба» має полягати в підтримці впровадження збутової стратегії. При цьому основними напрямками роботи із забезпечення успішної реалізації збутової стратегії ПСП «Дружба» мають стати: відповідні та зрозумілі для стратегічних цілей розвитку персоналу; високі стандарти якості продукції та послуг для споживачів і партнерів; чіткий аналіз і планування, особливо маркетингової діяльності та збуту; правильна організаційна структура та система мотивації працівників; налагоджені бізнес-процеси всередині компанії в цілому; високий професіоналізм та кваліфікація персоналу. При цьому організація маркетингової політики збуту підприємства повинна забезпечувати зворотний зв'язок виробництва з ринком, сприяти отриманню інформації про попит і потреби споживачів, а розробка стратегії збуту повинна бути основою логістики як кожного товару, так і виробництва. відділу в цілому.

Список використаних джерел:

1. Боровик Н.В., Боровик О.В. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств Хмельниччини. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*. 2011. № 19. С. 373–377.

2. Зайцев Ю.О. Маркетингова орієнтація управління збутом продукції аграрних підприємств: стратегії, системи, інструментарій. Харків: Смугаста типографія, 2016. 321 с.

*Валенко А.Г., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.*

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Значення стратегічної поведінки, що дає змогу фірмі виживати в конкурентній боротьбі в довготерміновій перспективі, різко зросло в останні десятиліття. Прискорення змін у навколишньому середовищі, поява нових запитів і зміна позицій споживача, зростання конкуренції щодо ресурсів, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових, часто абсолютно несподіваних можливостей для здійснення бізнесу, розвиток інформаційних мереж, які роблять можливим блискавичне розповсюдження й отримання інформації, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, а також ряд інших фактів призвели до різкого зростання значення стратегічного управління [1, с. 98].

Стратегічне планування є останнім досягненням у стратегічному управлінні та найбільш високоінтелектуальним і дорогим елементом у менеджменті загалом. У великих компаніях до стратегічного планування залучаються підрозділи чисельністю від 20 до 100 фахівців. Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління. Воно являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації.

Процес стратегічного планування посідає центральне місце в системі стратегічного управління. Більшість західних і східних фірм використовують стратегічне планування для того, щоб змінити себе, вийти із безнадійних ситуацій, які сформувались зовні та в середині підприємства.

Основні передумови переходу до стратегічного планування такі:

необхідність реакції на зміни умов функціонування підприємств;

потреба в об'єднанні різних напрямків діяльності підприємства в умовах розвитку процесів децентралізації та диверсифікації;

наявність яскраво виражених конкурентних переваг і необхідність їхньої підтримки (у підприємств, що їх мають) або створення їх (в аутсайдерів), посилення конкуренції;

посилення інноваційних процесів, генерація та швидке освоєння підприємствами нових ідей;

необхідність впровадження високої культури управління, орієнтованої на запобігання опору змінам та стимулювання розвитку підприємства [2, с. 52].

Для проведення аналізу та формування продуктової стратегії ПСП «Дружба» використаємо матрицю Бостонської консалтингової групи (BCG). У матриці Бостонської консалтингової групи на осі Х відкладено показники ринкових часток сфер бізнес портфеля підприємства, а на осі Y – середній темп приросту продукції.

Таблиця 1

Вихідні дані для побудови матриці Бостонської консалтингової групи у ПСП «Дружба», 2021 р.

Види продукції	Середній темп приросту в ПСП «Дружба», 2019-2021 рр., %	Обсяг реалізації в ПСП «Дружба», 2021 р., тис. грн.	Обсяг реалізації в ТОВ «Прогрес» 2021 р., тис. грн.	Доля ринку ПСП «Дружба» «, %	Структура продажів в ПСП «Дружба», %	Радіус кола
Молоко	30,7	9540	6941,1	57,9	37,4	3,74
Цукрові буряки	29,3	3250	3837,1	45,9	12,8	1,28
ВРХ	15,1	1998	917,8	68,5	7,8	0,78
Соняшник	13,8	3832	6981,3	35,4	15	1,5
Пшениця озима	70,5	2869	2622,1	52,2	11,3	1,13
Кукурудза на зерно	61,6	3962	10483,9	27,4	15,6	1,56

Аналіз даних таблиці 1. свідчить, що найбільший темп приросту продукції в ПСП «Дружба» за період 2019-2021 рр. спостерігається в озимій пшениці – 70,5 %, кукурудзи на зерно – 61,6 %, натомість середній темп приросту ВРХ (в живій масі) та соняшнику незначні і становлять відповідно 15,1 та 13,8 %. По відношенню до найбільшого серед конкурентів Семенівського району – ТОВ «Прогрес», найбільшу частку ринку в ПСП «Дружба» займають такі види продукції, як велика рогата худоба (в живій масі) – 68,5 %, молоко – 57,9 %, озима пшениця – 52,2 %. Отже, за методологією матриці Бостонської консалтингової групи до категорії «найбільш прибутковий продукт» («дійні корови») відносяться молоко та велика рогата худоба (в живій масі), до категорії «перспективний продукт» («зірки») – озима пшениця, до категорії «малоприбутковий продукт» («знаки питання») – кукурудза на зерно та до категорії «повністю невідомий продукт» («собаки») – цукрові буряки та соняшник.

Отже, матриця БКГ потрібна для того, щоб допомогти підприємствам агробізнесу в довгостроковому стратегічному плануванні: вона дозволяє проаналізувати актуальність продукції підприємства для ринку та можливості зростання; визначити, в які з них краще інвестувати; чи варто припинити випуск певної продукції та розробити нову.

Список використаних джерел:

1. Крикавський Є.В., Третьякова Л.І., Косар Н.С. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України,

Національний університет «Львівська політехніка». Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 255 с.

2. Гуржій Н.М. Управління стратегічним маркетингом: парадигма, інструментарій, результативність: монографія. Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. 559 с.

*Горбань В.К., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Забезпеченість підприємства необхідним трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності функціонування будь-якої підприємницької структури.

М.Г. Акулов, А.В. Драбаніч, Т.В. Євась термін «трудова ресурси» трактують, як частину працездатного населення, яка за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає тій чи іншій сфері діяльності [1].

Специфіка трудових ресурсів, в порівнянні з іншими факторами економічного розвитку полягає в тому що, по – перше, люди не тільки працюють і виробляють матеріальні та духовні цінності, але і потребують їх; по-друге, життя людини складається не тільки із трудової діяльності, людина ще і відпочиває, навчається, займається мистецтвом, спортом та інше; в- третіх, інтелектуальний потенціал та інші особисті якості працівників формуються роками і розкриваються людиною тільки у сприятливих умовах.

Ступінь забезпеченості трудовими ресурсами впливає на процеси виробництва. Зокрема, від забезпеченості підприємства персоналом та ефективності використання його залежать обсяг і вчасне виконання всіх робіт, ступінь використання устаткування, машин, механізмів і як результат – обсяг виробництва продукції, її собівартість, прибуток та інші економічні показники.

Досліджуючи ефективність використання робочої сили в аграрному секторі необхідно визначити, що показники продуктивності праці носять нестабільний характер.

Щодо показників використання трудових ресурсів підприємства, то Т.Б. Бердникова виділяє наступні: середньооблікова чисельність робітників, зайнятих на підприємстві, рівень зайнятості фізичною та розумовою працею, інтенсивність праці, число відпрацьованих днів. Показник продуктивності праці на підприємстві є основним показником інтенсивності праці, за допомогою якого, на її думку, можна судити про ефективність використання трудових ресурсів.

Так в ДП «ДГ Степне» використання трудових ресурсів, являється одним із головних соціально-трудоу показників на підприємстві, та є забезпеченням повної зайнятості трудових ресурсів (табл. 1.).

З аналізу показників ефективності використання трудових ресурсів ДП «ДГ Степне», слід зробити висновки. Середньорічна чисельність працюючих у в 2020 р. склав 232 особи, а в 2016 р. становила 275 осіб, цей показник зменшився на 43 особи.

Таблиця 1

Динаміка показників ефективності використання трудових ресурсів ДП «ДГ Степне» Полтавського району, 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р., +, -
	2016	2017	2018	2019	2020	
Середньорічна чисельність працюючих, осіб	275	289	272	234	237	-38,0
з них зайнятих у с.-г. виробництві	245	230	230	210	202	-43,0
у т. ч.: в рослинництві	121	103	103	107	104	-17,0
в тваринництві	124	127	127	103	98	-26,0
Відпрацьовано за рік, тис. люд.-год.	499,1	528,8	505,9	496,4	498,8	-0,3
у т. ч.: в рослинництві	106,5	90,6	90,64	94,2	98,4	-8,1
в тваринництві	392,6	438,2	415,2	402,2	400,4	7,8
Виробництво валової продукції у фактичних цінах на 1 працівника, тис. грн	149,2	202,5	277,1	319,4	332,9	190,7
Одержано прибутку на 1 працівника, тис. грн	5,16	4,90	7,47	5,05	9,09	3,93
Витрати на оплату праці, тис. грн	8527,0	11980,0	15681,0	21271,0	26253,0	17726,0
Середньомісячна заробітна плата 1 працівника, грн	2583,9	3454,4	4804,2	7361,8	9231,9	6646,0
Припадає на 1 працюючого у с.-г.:						
с.-г. угідь, га	13,67	14,57	14,37	15,74	16,4	2,73
ріллі, га	13,58	14,46	14,29	15,65	16,3	2,72

Зайнятих у сільськогосподарському виробництві зменшилося на 43 особи. Кількість відпрацьованого часу за досліджуваний період зменшилася не істотно, лише на 0,1 %. Прибуток, який отримало підприємство в розрахунку на 1 працівника збільшився на 3,93 тис. грн, а це на 76,2 % в порівнянні з 2016 р.

Список використаних джерел:

1. Акулов М.Г., Драбаніч А.В., Євась Т.В. Економіка праці та соціально-трудоу відносини. К.: ЦУЛ 2012. 328 с.

ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

В ринкових умовах економічна нестабільність виробництва проявляється не тільки в результативній, але й у витратній складовій ефективності виробництва. Тому, важливе місце у вивченні стабільності сільськогосподарського виробництва займає питання оцінки фінансових результатів та економічної ефективності виробництва продукції.

Рентабельність – якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). У найширшому, найзагальнішому розумінні рентабельність означає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації всієї продукції чи окремих її видів [1, с. 113].

За досліджуваній період чистий прибуток сільськогосподарських підприємств зменшився на 9,8 %, а частка підприємств, які одержали чистий прибуток зменшилася на 5,3 в.п. і становить 83,1 % [2, с. 174; 3, с. 165].

У зв'язку зі збільшенням витрат операційної діяльності вищими темпами порівняно з доходом від реалізації, рівень рентабельності операційної діяльності знизився на 14,6 в.п. і знаходиться на рівні 19,0 %.

Як свідчать дані табл. 1 у 2020 р. порівняно з 2016 р. та 2018 р. спостерігається зниження рівня ефективності виробництва продукції рослинництва.

Таблиця 1

Динаміка рівня рентабельності виробництва продукції рослинництва в підприємствах України, 2016-2020 рр., %

Показники	Роки					+, - 2020 р. від:	
	2016	2017	2018	2019	2020	2016 р.	2018 р.
Культури зернові та зернобобові	37,8	25,0	24,7	11,8	20,0	-17,8	-4,7
Соняшник	61,9	41,3	32,5	23,5	39,4	-22,5	6,9
Буряк цукровий фабричний	24,6	12,4	-11,4	-15,4	-13,5	-38,1	-2,1
Культури овочеві	15,3	9,9	13,3	2,8	8,0	-7,3	-5,3
Картопля	0,6	10,0	6,8	15,4	11,0	10,4	4,2
Культури плодові та ягідні	25,0	35,4	6,4	6,2	19,0	-6,0	12,6

Джерело: побудовано автором за даними [2, с. 178; 3, с. 168]

Зокрема, за аналізований період рівень рентабельності виробництва культур зернових та зернобобових культур зменшився на 17,8 в.п. і становить 20,0 %, насіння соняшнику – на 22,5 в.п. до 39,4 %, буряку цукрового – на 38,1 в.п. до 13,5 %, культур овочевих – на 7,3 в.п. до 8,0 %, культур плодових та ягідних – на 6,0 в.п. до 19,0 %. Отже, найвищим рівнем прибутковості

характеризується виробництво соняшнику і культур зернових та зернобобових культур, тоді як виробництво буряку цукрового є збитковим.

Серед продукції галузі тваринництва постійним рівнем збитковості характеризується велика рогата худоба на м'ясо, окрім 2017 р. та виробництво овець та кіз на м'ясо (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка рівня рентабельності виробництва продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах України, 2016-2020 рр., %

Показники	Роки					2020 р. від 2016 р., +, -
	2016	2017	2018	2019	2020	
Молоко	18,6	26,9	16,1	20,6	20,4	1,8
Велика рогата худоба на м'ясо	-23,2	3,4	-17,7	-27,1	-24,2	-1,0
Свині на м'ясо	-4,1	3,5	6,9	4,7	2,6	6,7
Вівці та кози на м'ясо	-31,5	-39,6	-16,6	-39,7	-39,4	-7,9
Птиця на м'ясо	3,4	7,0	5,7	-3,7	-0,2	-3,6
Яйця птиці свійської	0,5	-9,0	5,4	-23,5	-19,2	-19,7

*Джерело: побудовано автором за даними [2, с. 178; **Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 168]*

Зокрема, збитковість виробництва великої рогатої худоби збільшилася на 1,0 в.п. до 24,2 %. Досить високим рівнем збитковості характеризується виробництво великої рогатої худоби на м'ясо у Запорізькій (38,6 %), Харківській (35,2 %), Луганській (32,2 %), Кіровоградській (32,0 %), Полтавській (31,7 %), Сумській (31,5 %) областях.

У той же час ефективність виробництва молока за 2016 – 2020 рр. збільшилася на 1,8 в.п. і становить 20,4 %. Найвищий рівень рентабельності виробництва молока у Волинській (39,4 %), Рівненській (33,6 %), Миколаївській (31,6 %) та Хмельницькій (30,9 %) областях.

Виробництво свиней на м'ясо протягом 2017 – 2020 рр. є прибутковим, однак рівень рентабельності не перевищує 6,9 %. При цьому виробництво свиней на м'ясо є збитковим у Луганській (36,4 %), Миколаївській (21,4 %) та Хмельницькій (20,2 %) областях, тоді як у інших областях рівень ефективності перевищує середній по країні: Івано-Франківська (34,2 %), Львівська (25,7 %), Полтавська (10,8 %), Волинська (9,7 %), Харківська (5,7 %).

Список використаних джерел:

1. Бердар М. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
2. Сільське господарство України. 2016: стат. зб. / Державна служба статистики України. Київ, 2017. 246 с.
3. Сільське господарство України. 2020: стат. зб. / Державна служба статистики України. Київ, 2021. 230 с.

ЧИННИКИ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкової економіки України прибуток відіграє ключову роль у діяльності будь-якого підприємства і соціально-економічному розвитку країни в цілому. На жаль, в сучасних умовах збільшення прибутку підприємствами України є складним питанням. Значна частка підприємств взагалі не отримує прибуток, що призводить до їх ліквідації та банкрутства. Прибуток одночасно є і метою, і результатом, і стимулом, і чинником економічної безпеки діяльності підприємства. Можливість отримання прибутку спонукає керівників підприємств шукати більш ефективні способи використання ресурсів, винаходити продукти, на які може виникнути попит, застосовувати організаційні і технічні нововведення, що обіцяють підвищити ефективність виробництва тощо. Працюючи прибутково, кожне підприємство вносить свій внесок в економічний розвиток суспільства, сприяє створенню і збільшенню суспільного багатства і зростанню добробуту населення, тому дана тема є надзвичайно актуальною і потребує подальших досліджень.

Значну увагу питанням формування та використання прибутку підприємств приділено в працях І.О. Бланка, В.І. Блонської, М.Д. Білик, С.М. Баранцевої, Є.М. Винниченка, О.І. Вужинської, М.І. Горбатюка, Ю.В. Гончарова, В.В. Іванієнка, В.М. Івахненка, А.П. Ковальова, С.В. Мішиної, В.М. Опаріна, А.М. Поддєрьогіна, В.В. Худи та інших вчених. Разом з тим залишається необхідність проведення дослідження щодо пошуку та аналізу факторів, які формують прибуток підприємства в сучасних умовах.

Прибуток підприємства, резерви його підвищення, фактори впливу на нього, питання управління прибутковістю, являються предметом дослідження багатьох науковців, однак не зважаючи на це дане питання залишається не достатньо вивченим на даному етапі розвитку економічних відносин. Головними завданнями менеджерів підприємства є опанування ефективними методами організації виробництва та реалізації продукції, за допомогою яких можна досягти найбільшого прибутку.

На сьогоднішній день однією з актуальних проблем є розгляд і вивчення чинників, які прямопропорційно впливають на величину прибутку. Будь-яке підприємство всі свої сили спрямовує на отримання кінцевого результату. Прибуток – це різниця між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції [3].

Рівень і сума прибутку складаються під впливом безлічі факторів, що впливають на неї як негативно, так і позитивно. Фактори, що впливають на прибуток, численні і різноманітні.

До зовнішніх факторів належать природні умови, транспортні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг,

штрафних санкцій, конкуренція на ринку товарів тощо. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але суттєво впливають на його прибуток.

До внутрішніх факторів відносять обсяги виробництва та реалізації продукції, структура продукції, собівартість продукції, якість продукції, ціни та інше. Внутрішні фактори поділяють на виробничі та невиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових та фінансових ресурсів. Ці фактори, у свою чергу, поділяють на екстенсивні та інтенсивні.

До невиробничих факторів належать постачальницько-збутова та природоохоронна діяльність, соціальні умови праці та побуту тощо [1].

Стабілізуючими чинниками прибутковості підприємства за умов складних або форс мажорних ситуацій можуть стати опрацювання й розробка нових видів продукції, яка має нині попит на ринку у споживачів, а також отримання дозвільних документів на виробництво «ходових» товарів [2].

Прибуток підприємства виступає основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення усіх форм інвестування. Вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання прибутку або його стабілізації на певному рівні [3].

Ряд вище перелічених факторів повинен бути предметом посиленого розгляду та обґрунтування відносно формування прибутку. Без належної уваги до цієї проблеми і кожного фактора зокрема, неможлива ефективна діяльність та прибутковість будь-якого з підприємств.

Прибуток відіграє вирішальну роль в підприємницькій діяльності і є одним з головних показників діяльності підприємства. Він характеризує можливість інноваційного розвитку, реконструкції та модернізації його виробництва. Прибуток визначається як одна з цілей діяльності та розвитку підприємства, результат роботи, мотивація, економічна безпека, кількісна міра успішності підприємства. Важливим моментом є не тільки кількісні показники прибутку, а і його структура, довгостроковість, якість.

Список використаних джерел:

1. Антонюк О.О. Оцінка рівня прибутковості як важлива складова діагностики кризових явищ підприємства. *Вісник «ХНУ». Економічні науки*. 2019. № 5. Т. 2. С. 20-24.
2. Денисенко М.П. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємства: монографія. За ред М.П. Денисенка. Київ: ДКС центр, 2019. 464 с.
3. Романова Т.В. Даровський Є.О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення 12 вересня 2021.)

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Проблема підвищення ефективності агропромислового виробництва – це визначальний фактор економічного і соціального розвитку суспільства. Як економічна категорія ефективність виробництва нерозривно зв'язана з необхідністю дедалі повнішого задоволення матеріальних і культурних потреб населення. У зв'язку з цим підвищення ефективності суспільного виробництва зі збільшенням обсягів сукупного продукту та національного доходу для задоволення потреб безпосередніх виробників і суспільства в цілому при найменших сукупних витратах на одиницю продукції [3].

Ефективність в аграрному секторі економіки, за визначенням провідних вчених-економістів – це результативність певного процесу, дії, що вимірюється співвідношенням між одержаним результатом і витратами (ресурсами), що його спричинили [1]. Наша країна має декілька основних конкурентних переваг у розвитку експорту продукції сільського господарства: сприятливі кліматичні умови, багаті сільськогосподарські ресурси, наявність у великій кількості водних ресурсів, досягнутий останнім часом прогрес в галузі сільськогосподарської торгівлі та розвитку підприємництва, а також близькість до основних іноземних ринків із постійно зростаючим попитом на аграрну продукцію.

Ефективність діяльності підприємницьких структур аграрної сфери економіки в значній мірі обумовлюється регіональними особливостями їх функціонування, спеціалізацією та природно-кліматичними умовами [2].

Показники економічної ефективності виробничих процесів та показники фінансового стану в аграрних підприємствах, надають змогу оцінити їх діяльність. Ефективність виробництва являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу (табл. 1.).

Проведений аналіз динаміки показників ефективності сільськогосподарського виробництва у досліджуваному підприємстві, дає можливість зробити наступні висновки. Вартість валової продукції у фактичних цінах за досліджуваний період зростає із 41072,8 тис. грн у 2016 р. до 78905,7 тис. грн у 2020 р. Причому виробництво валової продукції галузі рослинництва переважає над виробництвом продукції тваринницької галузі. Повна собівартість реалізованої продукції у 2020 р. становить 68723,0 тис. грн, що вище за показник 2016 р. на 33823,0 тис. грн.

Показники валового доходу у 2016 р. становили 39357,0 тис. грн, а в 2020 р. 80805,0 тис. грн, зафіксоване зростання відбулося на 105,3 %. Проаналізувавши показники прибутковості, слід відмітити позитивну динаміку. Прибуток за досліджуваний період зростає на 51,8 %. Якщо характеризувати по галузях, то і в рослинництві, і в тваринництві спостерігається зменшення

досліджуваного показника. Відповідно зменшується і рівень рентабельності на 2,8 в. п., хоча показники несуть позитивний характер.

Таблиця 1

**Динаміка показників ефективності сільськогосподарського виробництва
ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2016-2020 рр.**

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р.	
	2016	2017	2018	2019	2020	+,-	%
Вартість валової продукції у фактичних цінах – всього, тис. грн	41072,8	58541,9	75348,4	74746,0	78905,7	37832,9	192,1
у т. ч.: рослинництва	24105,7	37634,0	49190,4	37326,0	50501,6	26395,9	209,5
тваринництва	16967,0	20908,0	26158,0	37420,0	28404,1	11437,1	167,4
Повна собівартість реалізованої продукції – всього, тис. грн	34900,0	38590,0	48284,0	57154,0	68723,0	33823,0	196,9
у т. ч.: рослинництва	21102,0	21194,0	19188,0	30287,0	38455,0	17353,0	182,2
тваринництва	13696,0	17195,0	17781,0	26867,0	30268,0	16572,0	202,9
інша продукція, роботи та послуги	102,0	201,0	168,0	214,0	220,0	118,0	215,7
Валовий дохід – всього, тис. грн	39357,0	45618,0	62766,0	67152,0	80805,0	41448,0	205,3
у т. ч.: рослинництва	21259,0	23887,0	34156,0	37989,0	45994,0	24735,0	216,3
тваринництва	18098,0	21713,0	28610,0	29163,0	34811,0	16713	192,4
інша продукція, роботи та послуги	118,0	270,0	133,0	175,0	155,0	37,0	131,4
Прибуток (збиток) від реалізації – всього, тис. грн	1419,0	1432,0	2032,0	1182,0	2155,0	736,0	151,8
у т. ч.: рослинництва	804,0	868,0	1108,0	549,0	1623,0	819,0	201,9
тваринництва	615,0	564,0	924,0	633,0	532,0	-83	86,5
Рівень рентабельності (збитковості),%	8,6	6,3	5,8	3,1	5,8	-2,8	x
у т. ч.: рослинництва	6,3	4,7	3,6	2,0	3,8	-2,5	x
тваринництва	2,3	1,6	2,2	1,1	2,0	-0,3	x

Для підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва, зусилля керівників та спеціалістів мають бути спрямовані на технічне переоснащення діючих підприємств, впровадження сучасних енергозберігаючих та екологічнобезпечних технологій, вдосконалення організаційно-економічного механізму діяльності господарств, а держава повинна підтримати ініціативно активні аграрні підприємства за рахунок залучення зовнішніх та внутрішніх інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу. К.: КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Ключко В.М. Шляхи підвищення ефективності АПК України. *Економіка АПК*. 2013. № 1. С.45-48.

3. Мармуль Л.О. Інституціональні аспекти ефективного функціонування розвитку аграрної економіки. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*: зб. наук. пр. Вип. 3 (60). 2011. С. 10-17.

*Подольна А.М., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вплив якісних характеристик товару на конкурентоспроможність продукції досить великий. Саме цим впливом обумовлена залежність від вигляду продукції групи факторів, що формують конкурентоспроможність даної продукції. Різноманіття чинників, що формують конкурентоспроможність, дають необмежені можливості їх дослідникам.

Незважаючи на значну кількість підходів до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств, доцільно запропонувати новий підхід. Фактори можна поділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові (рис. 1).

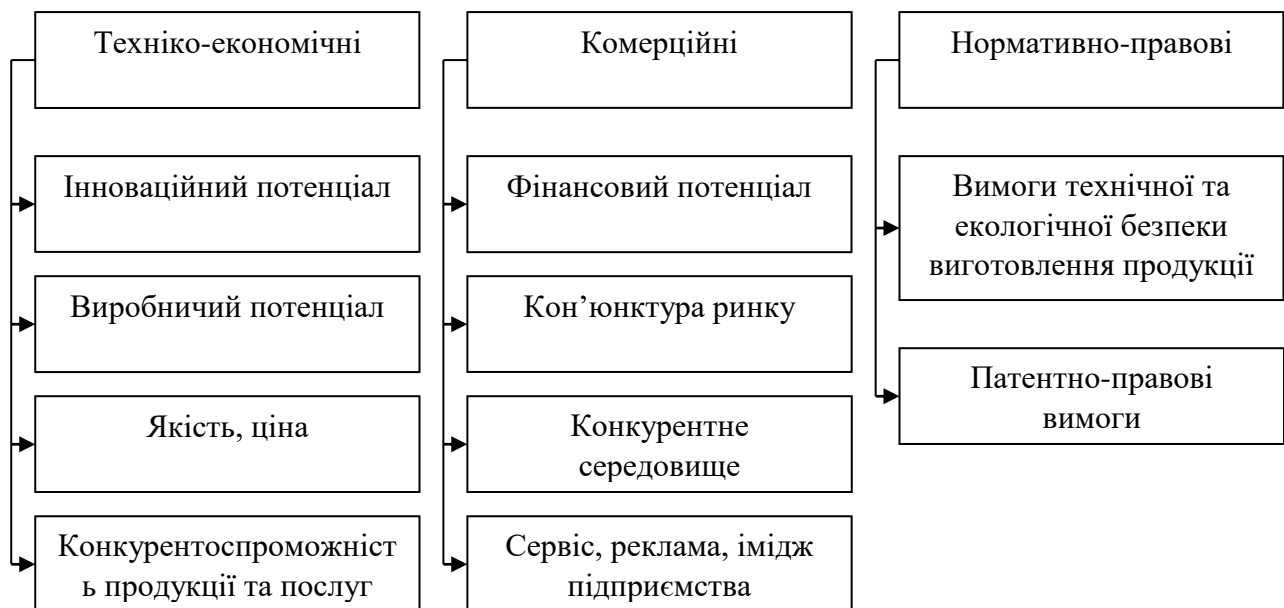


Рис. 1. Класифікація факторів конкурентоспроможності аграрного підприємства [1, с. 16-19]

Всі вище названі фактори також можна класифікувати на внутрішні і зовнішні. Зовнішні і внутрішні фактори конкурентоспроможності товару представлені як конкурентоспроможність економічних систем різного рівня. Зовнішні чинники: Рівень конкурентоспроможності країни; Рівень конкурентоспроможності галузі; Рівень конкурентоспроможності регіону; Рівень конкурентоспроможності організації, що випускає товар; Сила

конкуренції на виході системи, серед її конкурентів; Сила конкуренції на вході системи, серед постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і інших компонентів; Сила конкуренції серед товарів-замінників; Поява нових потреб (знижує конкурентоспроможність товару); Рівень організації виробництва, праці і управління у посередників і споживачів товарів, що випускаються системою; Активність контактних аудиторій [2, с. 57-59]. Таким чином, зовнішні чинники – чинники, які виникають в результаті взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем і на яких підприємство не може надати прямої дії (рис. 2).

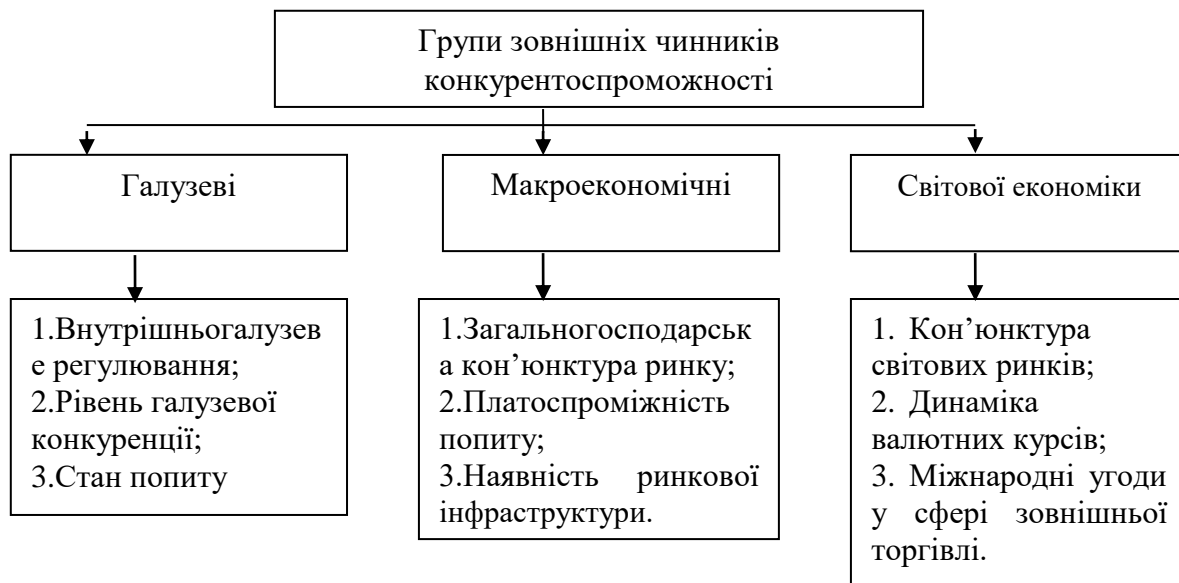


Рис. 2. Групи зовнішніх чинників конкурентоспроможності

Розробка системи етапів формування стратегії повинна здійснюватись таким чином, щоб кожний наступний етап планування відрізнявся від попереднього своїми специфічними методами виконання. При цьому процес розробки стратегії на підприємствах може бути представлений у вигляді етапів послідовного вирішення низки взаємопов'язаних стратегічних питань (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи формування стратегії для забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Перший етап	Другий етап	Третій етап
1. Визначення основної стратегічної мети та місії діяльності підприємства	1. Аналіз діяльності потенційних конкурентів на даному ринку	1. Формулювання стратегії досягнення поставленої мети
2. Визначення можливостей підприємства	2. Оцінювання впливу мікро- та макросередовища на діяльність підприємства	2. Визначення тактичних завдань і пріоритетів у процесі здійснення перетворень
3. Виявлення сфери діяльності для використання капіталу підприємства	3. Оцінювання сучасного економічного стану підприємства. Аналіз стратегічних альтернатив.	3. Реалізація стратегії

На завершальному етапі вибирається альтернативний варіант, на основі якого управлінський персонал розробляє детальний бізнес-план реалізації стратегії. Навіть найкращі плани можуть бути нереалізованими через неякісне виконання або неефективне управління конкурентоспроможністю підприємства. Під системою управління конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень ресурсів тощо, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі [3, с. 225-227; 1, с. 170-172] (табл. 2).

Таблиця 2

Етапи управління конкурентоспроможністю підприємства

Етап 1 Реалізація функцій управління діяльністю	Контроль та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності
	Мотивація працівників
	Планування та організація процесу забезпечення конкурентоспроможності
Етап 2 Формування методів менеджменту	Розробка технологічної документації
	Розробка планів прискорення НТП
	Розробка планів виробництва конкурентоспроможної продукції
	Розробка методів стимулювання персоналу
Етап 3 Формалізація методів менеджменту	Формування розпоряджень та вказівок щодо забезпечення конкурентоспроможності
	Розробка наказів щодо контролю відповідальності за виготовлення конкурентоспроможної продукції
Етап 4 Розробка та прийняття управлінських рішень	Формування напрямів діяльності апарату управління
	Визначення ступеня досягнення конкурентоспроможності
	Оцінка ефективності управлінських рішень

З метою виконання цих етапів управління конкурентоспроможності, необхідною є наявність у підприємства можливості до самоорганізації, яка в себе включає постійні зміни в кон'юнктурі ринку та потребах клієнтів, технологіях і пристосуванні до них. Для того, щоб обрана стратегія почала функціонувати, необхідно розробити систему цільових показників, які б орієнтували підприємство на досягнення цілей, закладених у стратегії; здійснити відповідні зміни в організаційній структурі; забезпечити виробничий комплекс необхідними ресурсами згідно із затвердженою стратегією [3].

Таким чином, розглянуті фактори являють собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно, організації в цілому. Значення кожного окремого фактора різне залежно від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу продукції тощо. При цьому слід зазначити наявність певного синергетичного ефекту.

Список використаних джерел:

1. Криклій А.С., Лютий І.О., Юрчук О.М. Конкурентоспроможність виробництва і ефективність сільськогосподарських підприємств. *Економіка і держава*. 2008. № 11. С. 16-19.

2. Кваша С., Лука О. Конкуренентоспроможність вітчизняної аграрної продукції в умовах вступу України до СОТ. *Економіка України*. 2003. № 10. С. 79-85.

3. Желіховська М.В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економічні науки. Хмельницьк*. № 20. 2009. С. 225-227.

*Попадін Є.В., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЩОДО ОБГРУНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВІ

Від прийняття господарських рішень, їх якості, раціональності й обґрунтованості в багатьох випадках залежать реальні можливості досягнення цілей організації, її ефективна діяльність. Звідси впливає необхідність розуміння сутності господарських рішень, вивчення основних правил, прийомів і наукових методів їх розробки.

Рішення – це неминучий предмет інтеграції й предмет вибору, коли з багатьох можливостей вибирається одна, яка дозволяє отримати найбільшої ефективності. Поняття рішення займає центральне місце в процесі управління ефективністю підприємства, тому суб'єкт господарювання повинен забезпечувати постійне вдосконалення механізму формування останнього. Для підвищення ефективності діяльності підприємств необхідний розвиток теоретичних положень обґрунтування господарських рішень.

Господарське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації економічного обґрунтування та вибору альтернативи із сукупності варіантів досягнення конкретної мети підприємства [1].

З метою запобігання розбіжностям в тлумаченні, господарське рішення слід трактувати двояко, залежно від етапу прийняття та реалізації рішення. З одного боку, на етапі вибору й ухвалення рішення - це процес визначення найкращого з альтернативних варіантів, можливостей, а з іншого – на етапі реалізації рішення його слід трактувати як результат вибору способу впливу на ресурс з метою вирішення конкретних господарських завдань [3].

Господарське рішення має бути оптимальним, ефективним і результативним. Його оптимальність – це властивість бути найкращим відповідно до критерію (системи критеріїв) оптимальності [2]. Ефективним є рішення, що приводить до потрібних і дієвих результатів. Результативним можна назвати рішення, реалізація якого приводить до підвищення рентабельності підприємства, оскільки під ним розуміється відношення, в чисельнику якого завжди фігурує прибуток.

Для кожного підприємства повинен індивідуально розроблятися механізм формування та прийняття господарських рішень. Ефективність же цього процесу великою мірою залежить від методів, які використовують менеджери в ході виконання всіх видів управлінських робіт. Формування господарського

рішення це передусім процес, трудовий процес керівного складу й усього колективу працівників підприємства, спрямований на підвищення ефективності господарської діяльності, формування і раціональне використання ресурсів, збільшення виробництва продукції, зниження собівартості та підвищення рентабельності, збільшення доходів і прибутку тощо.

У ході розв'язання проблеми розробляються декілька варіантів її вирішення (альтернативи), цінність яких може бути неоднаковою. Моментом остаточного вибору рішення вважається ухвалення найбільш придатної альтернативи. Через суб'єктивність поглядів на проблему, залежно від ступеня сумніву в них, рішення, прийнятні для одних, виявляються неприйнятними для інших. Щоб усунути суб'єктивність у підходах, варіанти рішення доцільно оцінювати за економічною ефективністю (міра віддачі на витрачені ресурси). Коли варіантів багато і їх відбір вимагає великих витрат часу та коштів, можна приймати попередні рішення з визначеними припущеннями, а потім уже шукати шляхи їх оптимізації. Способи вибору рішення серед альтернатив поділяються на такі, що задовольняють конкретну потребу, та максимізаційні. У першому випадку реалізація рішення просто задовольняє виниклу потребу, у другому – всі потреби. Процес вибору може спиратися на раціональні докази, інтуїцію та на їх комбінацію [1].

Використання механізму передбачає правильний діагноз проблеми, згідно до обраної моделі прийняття рішення розробляються альтернативні варіанти, що оцінюються за критеріями оптимальності рішення. Цей етап вважається найважливішим та найвідповідальним моментом у процесі формування рішення. Далі обирається найкращий варіант та розробляється план реалізації рішення. На цьому етапі важливу роль відіграє контроль виконання рішення. Формування бази інформації з виявлених проблеми, що у майбутньому дозволить прогнозувати розвиток події при виникненні подібної ситуації.

Необхідність прийняття господарських рішень зумовлена існуванням складних теоретичних питань чи практичних ситуацій, які характеризуються розривом між тим, що є та що має бути, а імпульсом для прийняття певного господарського рішення виступає необхідність вирішення конкретної господарської проблеми.

Отже, сутність господарських рішень багатогранна, а тому, розкриваючи її, доцільно розглядати її більш комплексно, як економічну категорію, а не лише в контексті етапів його прийняття та реалізації, складових процесу чи критеріїв вибору господарських рішень.

Список використаних джерел:

1. Клименко С.М. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків. К.: КНЕУ, 2005. 252 с.
2. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства. Видання 2-ге, перероблене та доповнене. Київ. 2010. 356 с.
3. Терехух А.А. Концептуальні засади формування господарських рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 3(105). С. 179-186.

ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ресурсний потенціал грає важливу роль для ефективної роботи підприємства, оскільки він є засобом для отримання максимального прибутку і підвищення конкурентоспроможності. В етимологічному значенні термін «потенціал» – це засоби, запаси, джерела, які є в наявності та можуть бути мобілізовані, приведені до руху, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану, вирішення якоїсь задачі, можливості окремої особи, суспільства, держави у певній області [2].

Ефективне і конкурентоспроможне функціонування кожного окремого сільськогосподарського підприємства є практично неможливим без якісного і економічно обґрунтованого розвитку його ресурсного потенціалу. Термін «ресурсний потенціал аграрного підприємства» у дослідженні найбільш доцільно розглядати як тандем понять «ресурси» і «потенціал». Згідно з економічним словником ресурс – це запас, накопичення, можливості. У ширшому розумінні ресурс – це все, що без особливих витрат може бути використане на благо системи, для її вдосконалення. А потенціал розглядається як характеристика стану підприємства на певному просторово-тимчасовому відрізку, що показує наявність визначених умов для повного використання наявних ресурсів за умови одержання заданого результату й збереження цілеспрямованості діяльності.

До виробничих ресурсів необхідно віднести й фінансові надходження аграрних підприємств. В умовах ринку головною рушійною силою процесу виробництва є економічний інтерес його учасників, тому в комплексі ресурсний потенціал можна представити як сукупність земельних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів та економічного інтересу, які є об'єктивно необхідними передумовами здійснення аграрного виробництва (рис. 1).

Економічна ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських аграрних формувань залежить від багатьох чинників, особливо від рівня їхньої ресурсозабезпеченості. Розвиток сільського господарства на основі концепції виробничих ресурсів зумовлює збільшення виробництва продукції і підвищення його ефективності. При підвищенні ресурсозабезпеченості сільськогосподарських формувань порівняно високими темпами зростає виробництво валової продукції.

За сучасними поглядами на побудову потенціалу з елементами ресурсного підходу [1, с. 28] процес формування потенціалу підприємства є одним з напрямків його економічної стратегії, що передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником у досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей.

Конкурентна економіка змусила по новому поглянути на сутність даної категорії. Ефективний потенціал став важливою передумовою ринкової стійкості підприємства, включення факторів економічного зростання, зниження витрат, отримання високого прибутку.

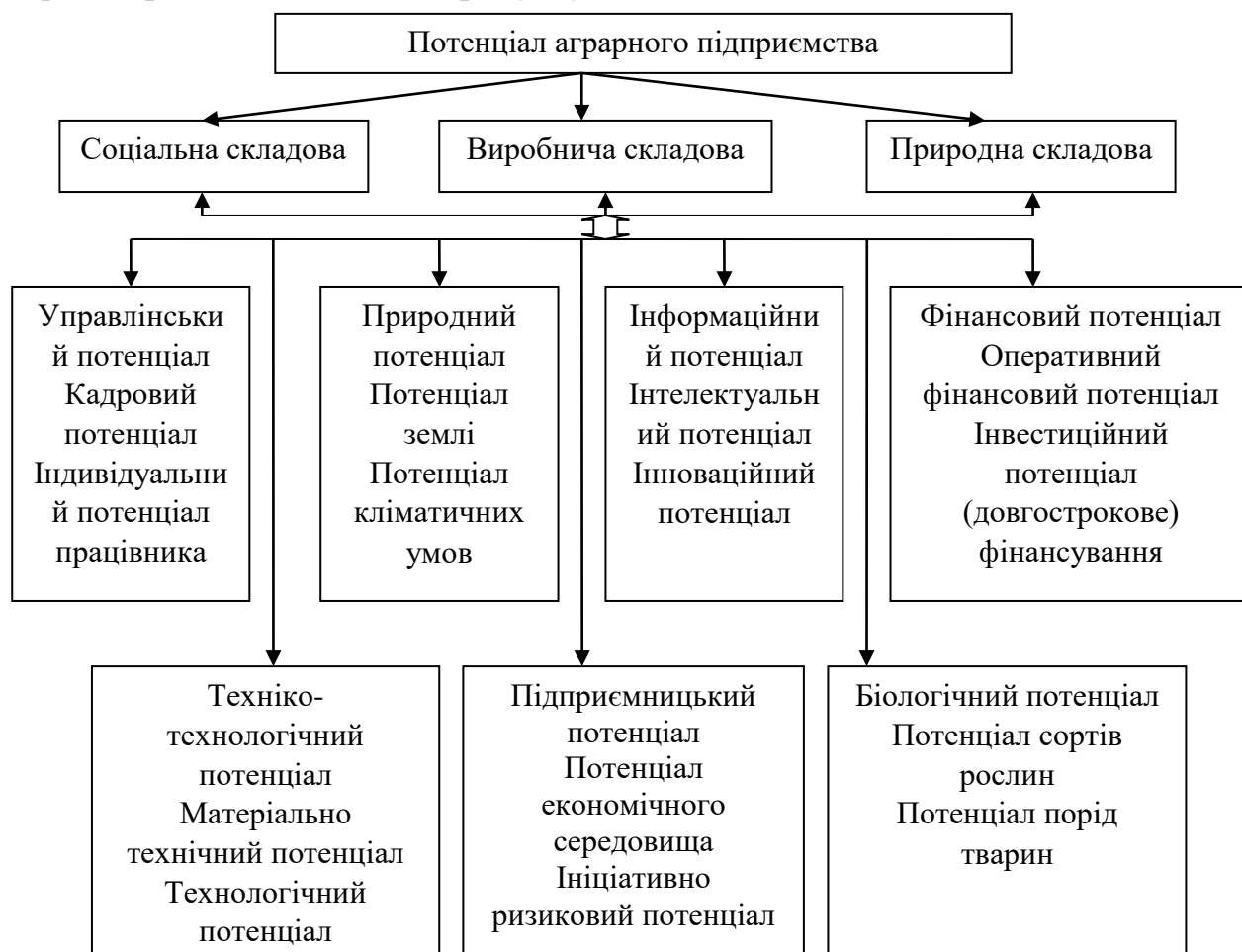


Рис. 1. Структура потенціалу аграрного підприємства

Ресурсний потенціал є складною системою ресурсів виробництва, що знаходяться у взаємозв'язку і взаємозалежності. Тому йому притаманні риси, властиві будь-якій системі. Перша з них – це цілісність, яка означає, що всі елементи потенціалу служать загальній цілі, яка постає перед системою. Другою визначною рисою ресурсного потенціалу є складність. Підвищення рівня ефективності використання економічного потенціалу аграрних підприємств відіграє провідну роль в успішному вирішенні економічних і соціальних завдань, досягненні головної мети виробництва – підвищення прибутковості.

Список використаних джерел:

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка К.: Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.
2. Маркіна І.А. Ресурсний потенціал аграрних підприємств: автореф. дис. докт. екон. наук. Полтавський університет економіки і торгівлі. Полтава.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження інновацій є одним із основних факторів конкурентоспроможності продукції, забезпечення ефективного використання виробничих ресурсів, підвищення адаптивності підприємств до зовнішнього середовища, розширення можливостей виходу на нові ринки продукції, створення умов для довгострокової стабільності [3].

Відомо, що економічне зростання бізнесу залежить від його інноваційної діяльності. Новатори повинні творчо знаходити шляхи задоволення потреб споживачів, вдосконалювати й оновлювати продукти на основі цього, отримувати додатковий прибуток та зміцнювати позиції на ринку.

Підприємства, які прагнуть впроваджувати інноваційну діяльність, потребують значних інвестицій, особливо інвестицій. Але сьогодні інвестиційний клімат в Україні оцінюється як високоризиковий. Причиною цього є не лише відсутність інвестиційного капіталу, а й підвищений ризик будь-якої форми інвестування [2].

Головною умовою забезпечення інноваційності та розвитку підприємств є наявність інноваційного потенціалу. Під поняттям «інноваційний потенціал фірми» в економіці розуміють сукупність характеристик фірми, що визначають її здатність здійснювати діяльність зі створення та практичного застосування інновацій [3].

Інноваційний потенціал відрізняється рівнем забезпеченості власними ресурсами, тобто джерелом покриття витрат на впровадження інновації [4].

За даними Національного статистичного управління України, станом на 2019 рік інноваційна діяльність промислових підприємств здійснювалася переважно за рахунок власних коштів, які становили загальні інноваційні кошти; кошти державного бюджету; кошти інших джерел інвесторів-нерезидентів [5].

У нинішній ситуації в Україні зростає частка підприємств, зацікавлених в інноваціях, але зменшується частка технологічних інновацій через зростання попиту на інновації, спрямовані на ефективну організацію робочих процесів та розвиток нових взаємовідносин між підприємствами.

Тому забезпечення стабільного та інноваційного розвитку українських підприємств має бути одним із пріоритетів держави, оскільки успішне впровадження інновацій може забезпечити конкурентну перевагу України на міжнародній арені. Крім того, впровадження інновацій матиме позитивний вплив на економіку в цілому, оскільки підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників призведе до зростання реального ВВП.

Тому інноваційний розвиток підприємств є ефективним носієм для визначення економічного розвитку, пріоритетних напрямків, оптимізації витрат, перспектив покращення ринкових позицій.

Забезпечити здійснення інноваційної діяльності українських підприємств у комплексі національної інноваційної системи, створення високотехнологічних виробництв та промислового освоєння результатів наукових досліджень [1].

Щоб вирішити проблему зростання корпоративної інноваційної активності, країни повинні створити системи, які заохочують підприємство, особливо малий бізнес, оскільки вони є каталізаторами інновацій, тому що вони мають здатність швидко впроваджувати та тестувати інновації, а також мають здатність швидко рухатися від інновацій до інноваційного продукту Перехід, який не поширений на великих підприємствах.

Позитивним фактором, що вплине на діяльність підприємств, що впроваджують інновації, може бути запровадження податкових канікул або податків з нульовою рентабельністю.

Список використаних джерел:

1. Ворона А.В. Інноваційна активність підприємств як перспектива розвитку національної економіки України. *Ефективна економіка*. 2020, №3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf (дата звернення 25.03.2021).
2. Гуторов О.І., Ярута М.Ю., Сисоєва С.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: навчальний посібник. Харків: Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, 2019. 227 с.
3. Квасницька Р.С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах. Р.С. Квасницька, Н.С. Ардашкіна. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 6, Т. 3. С. 247-251
4. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
5. Писаренко Т.В., Кваша Т.К., Рожкова Л.В., Коваленко О.В. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь. К: УкрІНТЕІ, 2020. 45 с.

*Рибаченко К.О., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н. Миколенко І.Г.*

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

В сучасному достатньо крупному і енергонасиченому аграрному виробництві успішна діяльність можлива при наявності і дотриманні комплексу факторів, серед яких одним із найважливіших є управління ефективністю основних засобів. В основу механізму їх управління повинен лягти комплексний підхід, який передбачає дослідження цілісної системи підприємства. Це дозволить аналізувати, виявляти і враховувати об'єктивно діючі фактори виробництва, оцінювати ступінь ефективності, своєчасно

виявляти і використовувати резерви виробництва і оперативно усувати недоліки в системі управління підприємством. При завершенні аналізу підраховують резерви збільшення випуску продукції і фондівіддачі.

При визначенні поточних і перспективних резервів замість планового рівня факторних показників враховують можливий їх рівень. Наприклад, скорочення цілодобових простоїв обладнання за рахунок конкретних оргтехміроприємств призводить до збільшення середньої кількості відпрацьованих днів. За рахунок скорочення внутрішньозмінних простоїв збільшується середня протяжність зміни, а відповідно і випуск продукції. Для визначення величини цього резерву необхідно можливий приріст середньої протяжності зміни помножити на фактичний рівень середньогодинної виробітки обладнання і на можливу кількість відпрацьованих змін. Для визначення резерву збільшення випуску продукції за рахунок підвищення середньогодинного виробітку обладнання необхідно спочатку виявити можливість росту останньої за рахунок його модернізації, більш інтенсивного використання. Потім виявлений резерв підвищення середньогодинної виробітки потрібно помножити на можливу кількість годин роботи обладнання.

В сучасних умовах перед підприємствами постала ще одна проблема, яка вимагає від таких підприємств суто економічного вирішення: купувати нову чи потриману техніку або обладнання. Переваги від купленої нової техніки (обладнання): вона, як правило, більш продуктивна, надійніша в експлуатації, зручна в управлінні, більш комфортабельна, отже, нова техніка вимагає менших витрат на ремонт, технічне обслуговування, паливо і мастильні матеріали, забезпечує вищу якість робіт, не вимагає швидкої заміни.

Втрати від придбання нової техніки (обладнання): потрібен більший обсяг капіталовкладень, зростають витрати на амортизацію і страхові платежі, збільшується податок (проценти) на майно; за нестачі власного капіталу потрібен кредит, отже, і додаткові витрати на виплату процентів за нього; нерідко потрібно буде передбачити на перекваліфікацію працівників, які обслуговуватимуть таку техніку. Переваги від купівлі потриманої техніки (обладнання): потрібен менший стартовий капітал; зменшуються витрати на амортизацію, страхові платежі, виплату процентів за майно, відпадає необхідність у перекваліфікації фермера (обслуговуючого персоналу) для експлуатації техніки. Порівняння переваг і витрат зводиться, до визначення обсягу річних витрат на експлуатацію нової і потриманої техніки на одиницю роботи і до оцінки можливостей забезпечення надійності останньої. Перевага віддається тому варіанту купленої техніки, за якого досягаються менші загальні річні витрати на її утримання. Якщо різниця у витратах невелика, то остаточне рішення доцільно приймати з урахуванням інших факторів, що відіграють важливу роль у конкретних умовах роботи підприємства. Наприклад, рішення на користь купівлі нової техніки підприємство може прийняти, коли доступний кредит і низькі процентні ставки на нього, обслуговуючий техніку персонал не має необхідних технічних навичок для підтримки вживаної техніки в робочому стані і проведенні своєчасного та якісного ремонту, коли невідома причина

продажу техніки колишнім власником і неможливість більш-менш точно визначити її технічний стан.

Ефективність та раціональність на підприємстві відіграє важливе значення для розвитку його діяльності: збільшується економічний потенціал і можливості галузі; підвищується технічний рівень діяльності; збільшуються темпи зростання продуктивності праці, поліпшення якості послуг та інших показників. Для вирішення завдання підвищення ефективності та отримання бажаних результатів у діяльності підприємства, як один із варіантів, мають бути розроблені конкретні шляхи, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності, а також визначити основні чинники, що сприятимуть цьому.

Тому дуже важливим є ефективне управління плануванням діяльності підприємства. Застосування на практиці запропонованих заходів у цілому по підприємству дасть змогу збільшити обсяги випуску товарної продукції, підвищити показник фондівдачі, а також збільшити прибуток від реалізації продукції й балансовий прибуток, а отже, і рентабельність основних засобів підприємства. Однією з головних ознак ефективного діяльності є зростання обсягу виробництва його продукції підприємства та чистого прибутку. Ефективне їх використання в результаті приводить до підвищення ефективності підприємства в цілому та сприяє покращенню його фінансового стану й конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Денисенко М.П. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємства: монографія. К.: ДКС центр, 2019. 464 с.
2. Кравчук Г. Дослідження проблем формування фінансових результатів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1. С. 193-203.
3. Маркіна І.А. Забезпечення процесу управління прибутком торговельних підприємств. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/2641/1/Вороніна_стаття.doc. (дата звернення 21.03.2022).
4. Орликовський М.О., Гришковець В.В., Зелінський Р.С., Мордюк В.В. Управління прибутком підприємства як умова його ефективного функціонування. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 96-102.

*Стеценко В.О., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для підвищення ефективності діяльності підприємства в першу чергу йому необхідно збільшити ефективність своїх результатів діяльності для цього необхідно розглянути шляхи підвищення прибутковості підприємства.

Для кожного підприємства основною метою його діяльності є отримання прибутку, який показує ефективність діяльності яким воно займається, це може

бути безпосереднім джерелом задоволення потреб суспільства або поштовхом до економічного розвитку держави та звичайно формування фінансових ресурсів [2].

На практиці для збільшення прибутку виділяють два способи такі як: збільшення доходу від реалізації або зменшення витрат на виробництво. Саме тому, перед кожним підприємством встає питання правильного вибору оптимального обсягу виробництва та безпосереднє формування їхньої цінової стратегії [3].

На підприємствах повинні розроблятися і впроваджуватися планові заходи щодо збільшення прибутку. Взагалі серед даних заходів виділяють наступні їх види: підвищення якості в продукції; зростання обсягу виробництва продукції; продаж зайвого обладнання та іншого майна підприємства або ж здача його в оренду; заходи щодо зниження собівартості продукції через більш ефективне використання площ, ресурсів, виробничих потужностей, робочої персоналу і робочого часу; диверсифікація виробництва; розширення ринку продажів, вдосконалення механізму реалізації і інше [1].

Дані заходи необхідно впровадити на об'єкт практики ВСК «Злагода». Для даного підприємства як і для всіх дане питання є актуальним, але не всі з перелічених заходів можуть дати велике збільшення ефективності діяльності підприємства. Хоч фіксується що динаміка показників ефективності використання основних засобів ВСК «Злагода» йде на спад, але їх вдосконалення підприємство не може дозволити ні своїм прибутком ні інвестиційною привабливістю. Саме тому для даного підприємства більш ефективніше, в даній ситуації, буде вдосконалення оборотних засобів на що буде затрачено менше ресурсів і витрати окупляться відносно швидко. Гарним прикладом є використання нових сортів для збільшення обсягу та якості продукції що в перспективі надасть збільшення прибутку та інших показників ефективності діяльності підприємства. Для більшого позитивного ефекту були вибрані 5 найдохідніших культур ВСК «Злагода». Для оцінки ефективності були розраховані резерви збільшення валового прибутку (табл. 1).

Таблиця 1

Резерви збільшення валового прибутку за рахунок впровадження нових сортів і гібридів рослин у ВСК «Злагода» на 2022 р.

Сільськогосподарські культури	Площа, яка засіяна насінням нових сортів, га	Урожайність ц/га		Резерв збільшення			
		трад. сортів	нових сортів	у нагур. обсязі, ц	виручка, тис. грн	дод. витрати на насіння нових сортів тис. грн	валового прибутку, тис. грн
Пшениця озима	250	45,5	51	1375	543,5	28,5	515
Кукурудза на зерно	430	50,7	62	4859	1428,3	142,5	1285,8
Горох	63	41,5	45	220,5	98,3	12,4	86
Соя	210	12,2	16	798	939,2	29,1	910,2
Соняшник	224	29,6	34	985,6	823,1	33,3	789,8
Всього	1177	-	-	-	3832,4	245,8	3586,7

Аналіз даних таблиці 1, свідчить про ефективність впровадження нових сортів для найдохідніших культур ВСК «Злагода», а саме збільшення прибутку від даних культур на 3586,7 тис. грн, хоч витрати і зросли на 245,8 тис. грн, але саме через більш стрімкіше зростання виручки, а саме на 3832,4 тис. грн, відбулося зростання прибутку. Дане зростання прибутку відбулося через зростання прибутку від пшениці озимої сорту «Подольська», кукурудзи сорту «Келтікус», гороху сорту «НС Мороз» сої сорту «ЕС Мензор» соняшнику сорту «СИ Еденіс», яке відбулося через зростання їх урожайності. Дані зміни в кожній культурі відбулися через кращі характеристики нових сортів, за допомогою яких відбулося збільшення урожайності яке і буде причиною збільшення прибутку.

Отже, дані впровадження підвищать прибутки через набагато більші темпи зростання виручки відносно зростання витрат, через запровадження нововведень, що відповідно збільшить рентабельність продукції рослинництва, а зростання даного показника означає зростання ефективності діяльності підприємства в галузі рослинництва.

Список використаних джерел:

1. Воронкова Т.Є. Безпальков Н.Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства, Інвестиції: практика та досвід, № 19/2016 URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2016/10.pdf
2. Гончаренко Л.П. Інноваційний менеджмент: підручник. М.: Издательство Юрайт, 2014. 640 с. URL: https://stud.com.ua/91174/investuvannya/funktsiyi_innovatsiyi
3. Шляхи підвищення прибутковості підприємства URL: <https://studfile.net/preview/4531763/page:4/>

*Строкань А.О., СВО Бакалавр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Державі необхідний сильний середній клас, який може розкрити її потенціал, забезпечити їй ефективність, стабільність і динамічність. Сильна держава потрібна середньому класу, для збереження його становища, висушування соціального болота люмпенів, приструнення олігархів і створення необхідних умов та можливостей для прогресу. Вивченням проблем формування соціального класу в Україні займалися такі відомі науковці, як Шавалюк Л., Батура О.В., Навроцька Н.А., Яременко В.І. та інші.

Особи, що належать до середнього класу в загальному повинні мати комфортні стандарти життя, значну економічну безпеку; чималу робочу автономію; покладатися на свої знання для самозабезпечення [2].

На даний час існують наступні проблеми формування середнього класу серед українського населення (рис. 1).

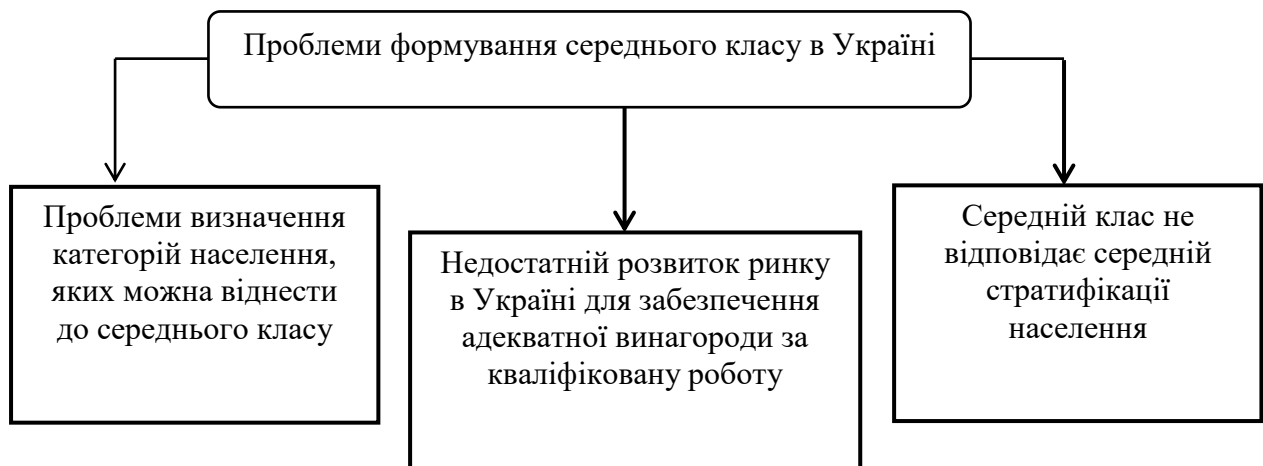


Рис. 1. Проблеми формування середнього класу в Україні

Ринок в Україні недостатньо розвинений для забезпечення адекватної винагороди за кваліфіковану роботу. Основна причина такої неадекватності – відсутність справедливої конкуренції. В Україні існують чинники значного деформування змісту конкуренції. Більшість підприємців вимушені встановлювати «неформальні зв'язки» з представниками влади – в податкових адміністраціях, у вищих органах влади, які можуть забезпечувати пільговий режим діяльності «потрібних» підприємств [1]. Дуже часто доходи, самореалізація підприємців і висококваліфікованих фахівців залежать від їх зв'язків із владою.

Деякі західні соціологи вважають середнім класом людей із середнім рівнем доходів або середнім положенням у стратифікації за соціально-економічним індексом (він вираховується на основі даних стосовно доходу, освіти, та престижу професії, яку має людина). Йдеться не про середній клас (хоча його так називають), а про середню страту, приблизно однаково віддалену від нижчої і вищої. Згідно з стратифікації за доходами населення України поки що немає позицій, однаково віддалених від вищих і нижчих рівнів доходів. Люди, які належали б до середньої страти за своїми доходами, в більшості ближчі до нижнього класу. Середню нішу займає досить мала кількість населення України. Реальні умови життя, які визначаються тим, що можуть собі дозволити люди, для більшості з тих, що формально належать до середнього класу, поки що дуже далекі від теоретично очікуваних доходів середньої страти. Винятком є керівники міжнародних організацій, представники мистецтва, науки, деяких інших галузей, які завдяки своїй кваліфікації користуються високим попитом. Це поки-що перші паростки входження до середнього класу за доходом і престижем професії [1]. За освітою більшість населення України належить до середнього класу за міжнародними критеріями, але мають набагато менший дохід від теоретично середнього.

В Україні частка населення, які можуть підпадати під «середній клас» сьогодні складає 12-15% [1]. Виникає багато проблем з визначенням категорій

населення, яких можна віднести до середнього класу. Дуже часто освіта людини не відповідає її посаді на роботі. Населення України, яке б належало до середнього класу, знаходяться на грані бідності за розміром своїх доходів і рівнем задоволення своїх потреб.

Автором запропоновано розглянути наступні напрями держави для вирішення проблем у формуванні середнього класу (рис. 2).

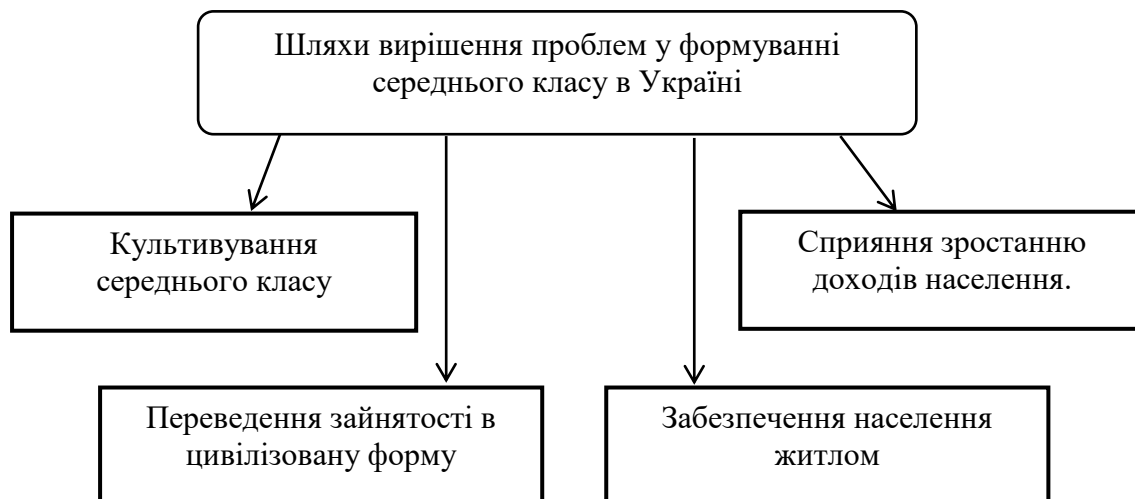


Рис. 2. Напрями держави для вирішення проблем у формуванні середнього класу

Сприяння зростанню доходів населення. У довгостроковому періоді це досягається лише підвищенням ефективності та продуктивності праці, створенням необхідних умов [3]. Для зростання продуктивності праці необхідно створити належні умови для розвитку бізнесу, ліквідації джерел неефективності. Необхідно усувати перешкоди для розвитку бізнесу. На сьогодні держава створює досить багато таких перешкод за допомогою нормативного регулювання та засобів примусу. Якісні реформи судоустрою, податкової системи, органів внутрішньої безпеки, системи державного управління – одні з важливих чинників формування середнього класу.

Потрібно культивувати середній клас, тобто вчити населення поводитися так, як поведуться його представники в розвинених країнах: не лише витратити високі доходи, а й цінувати зароблені гроші, бути ініціативними, розвивати громадянську свідомість, відповідальність. Середній клас ніколи не порушує правил і законів, усе життя займається самоосвітою і саморозвитком, цікавиться станом справ у країні, відповідально підходить до виборів. Людям із категорії середнього класу вистачає часу на багато інших справ, яких здебільшого немає в побуті українців.

У світі існують оригінальні методи формування середнього класу. У своїй книжці «Із третього світу в перший. Історія Сінгапуру (1965–2000)» Лі Куан Ю пише, що однією з його цілей на етапі становлення нації було зробити так, щоб кожна сінгапурська сім'я мала своє житло. Це може забезпечити осілих громадян-власників, які будуть небайдужими до майбутнього. Також треба зносити вуличні кіоски, ліцензувати таксистів – переводити зайнятість в

цивілізовану форму. У Сінгапурі це робили тією мірою, якою з'являлися ефективні робочі місця, щоб вуличні торговці й таксисти мали альтернативу працевлаштування [3]. У Києві прибирати кіоски почали під час глибокої економічної кризи, після чого на столичному ринку праці робочих місць вистачало всім.

У держави є достатня кількість ресурсів, для розвитку середнього класу. Але виникає необхідність у становленні керівництва, яке б це забезпечив, тому що майже 30 років в Україні такої влади не було. Проблеми формування середнього класу серед українського населення досі існують та потребують вирішення.

Список використаних джерел:

1. Батура О.В., Навроцька Н.А., Яременко В.І. Освіта.уа. Соціологія. «Новий» середній клас в Україні: проблеми формування. 2019. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/29606/>
2. Вікіпедія. Середній клас. 2020. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%96%D0%B9_%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81
3. Шавалюк Л. Український тиждень. Золота середина. Де шукати та як розвивати середній клас. 2019. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/233974>.

*Цимбалюк В.В., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О.Д.*

ЕКОНОМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЄЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Головною метою підприємницької діяльності є отримання прибутку. Для того щоб досягти цього результату можна застосувати різні методики. Одним з можливих варіантів є диверсифікація.

Диверсифікація – це один із видів економічного процесу, основна суть якого полягає у розвитку декількох незв'язаних або обслуговуючих виробництв, розробці нових видів товарів, робіт, послуг [1].



Рис. 1. Види диверсифікації аграрного підприємства
Джерело: узагальнено автором на основі [2]

Проаналізувавши можливі види диверсифікації нами було обрано концентрична (вертикальну) диверсифікацію. Тому що, саме завдяки ній підприємство зможе за мінімальних витрат досягти максимального результату.

Економічне управління диверсифікацією діяльності підприємства полягає у впливі на діяльність підприємства економічними важелями та опису економічних і неекономічних характеристик диверсифікації через показники економічної результативності [3].

За попереднім аналізом складу і структури товарної продукції свідчить, що виробничий напрям підприємства визначається як кукурудзяний з розвиненим виробництвом молока та соняшнику. Коефіцієнт спеціалізації становить 0,198, що свідчить про багатогалузевий рівень спеціалізації підприємства.

Одним з можливих варіантів диверсифікації виробництва є оптимізація структури посівних площ (табл. 1). Завдяки використанню цього способу, сільськогосподарське підприємство може дуже просто, або повністю змінити свою виробничу структуру, або лише основних прибуткових культур.

Таблиця 1

**Резерви збільшення виробництва продукції / валового прибутку
рослинництва за рахунок оптимізації структури посівних площ у
ВСК «Злагода» на 2022 р.**

Культура	Посівна площа, га		Структура посівів, %		Фактична урожайність у середньому за 3 роки, ц/га	Резерв збільшення виробництва продукції	
	2020 р.	2022 р.	2020 р.	2022 р.		у натуральному виразі, ц	валового прибутку, тис. грн.
Пшениця	446	300	13,34	8,97	41,2	-6015,2	-107,91
Кукурудза на зерно	1276	1350	38,17	40,38	75,4	5579,6	604,66
Ячмінь	295	200	8,82	5,98	29,8	-2831	-284,06
Горох	97	50	2,90	1,50	27,2	-1278,4	-52,68
Соя	250,96	250,96	7,51	7,51	11,6	0	0,00
Соняшник	978	1192	29,26	35,66	34,8	7447,2	2797,39
Всього	3342,96	3342,96	100	100	х	х	2957,39

Джерело: дані підприємства, розрахунки автора

Відповідно до даних табл. 1 можемо зробити висновок, що за використання нової структури посівних площ валовий прибуток збільшиться на 2957,39 тис. грн. Відбулося це через вирощування більш прибуткових культур, таких як: кукурудза на зерно, яка збільшила свої посіви на 74 га, що дало прибуток у розмірі 604,66 тис. грн та соняшника, що збільшив свої посіви на 214 га, що відобразилось на прибутку в 2797,39 тис. грн. Це відбулося за рахунок зменшення посівних площ менш прибуткових культур: пшениці, ячменю та гороху.

Отже, в даних тезах було наведено і обґрунтовано один із шляхів економічної диверсифікації діяльності, а саме оптимізація структури посівних площ у ВСК «Злагода», Полтавського району.

Список використаних джерел:

1. Згурська О.М. Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. вип. № 13. с. 16-21. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2018/5.pdf (дата звернення: 08.02.2022).

2. Чукіна І.В. Напрями і пріоритетні завдання диверсифікації виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 35. с. 80-85 URL:http://bses.in.ua/journals/2018/35_2_2018/17.pdf (дата звернення: 08.02.2022).

3. Довбня С.Б., Ігнашкіна Т.Б., Гончарук О.В. Економічна діагностика. Частина 2: Навч. посібник. Дніпропетровськ: «НметАУ», 2012. 115 с.

*Цикало О.В., СВО Магістр, спеціальність 051 Економіка
Науковий керівник: д.е.н., доцент Миколенко І.Г.*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток будь-якого підприємства залежить від ефективності використання всіх наявних ресурсів. Наявність певних обсягів ресурсів є найважливішою умовою ефективного ведення господарства і взагалі здійснення процесу виробництва. Ресурсний потенціал служить матеріальною основою виробничих можливостей господарств. У зв'язку з цим все більшої актуальності набувають питання формування та ефективного використання ресурсного потенціалу підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності сільського господарства та національної економіки в цілому. Розв'язання проблеми формування ресурсного потенціалу пов'язане з процесом його використання, що у свою чергу, потребує оцінювання ефективності використання потенціалу. Саме науково-теоретична та практична значимість указаних проблем обумовила актуальність обраної теми дослідження.

Проблемам формування і ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств присвятили свої наукові праці такі економісти: Андрійчук В.Г., Гайдуцький П.І., Месель-Веселяк В.Я., Нелеп В.Н., Пасхавер Б.Й., Саблук П.Т., Трегобчук В.М., О. В Ульянченко та ін.

Складність категорії «ресурсний потенціал» породжує різноманітність підходів до трактування його сутності, а відповідно і напрямів удосконалення механізму його формування та використання. Фундаментальні дослідження теоретико-методологічних проблем формування, оцінки та використання ресурсного потенціалу в аграрній сфері належать таким ученим, як

В.Г. Андрійчук, В.Л. Анічин, І.І. Лукінов, Л.М. Березіна, А.В. Македонський, Ю.М. Новіков, О.В. Олійник, О.М. Онищенко, Б.Й. Пасхавер, В.В. Россоха, В.М. Трегобчук, О.В. Ульяновченко, В.Й. Шиян, А.Е. Юзефович та ін.

Площу ріллі доцільно використовувати на товарні цілі 41,3 % та на кормові – 58,7 % (це дозволить поліпшити стан кормової бази та збільшити поголів'я худоби). Сівозміна має бути насичена 20 % озимою пшеницею, 6,1 %. Найбільш прибутковими за такої структури посівних площ є вирощування пшениці, кукурудзи та соняшнику. Площа під зернові культури складе 41,3 %, технічні – 15,7 % та кормові – 43,0 %. На кормові цілі доцільніше вирощувати пшеницю, ячмінь, овес, кукурудзу на силос, багаторічні трави на зелений корм та сінаж, а також однорічні бобові трави на сіно та силос.

Більш ефективно вирощувати для кормовиробництва однорічні трави, ніж кукурудзу на силос та зелений корм (табл. 1).

Оптимальна площа посівів відповідає науково-обґрунтованій структурі побудови сівозмін для підприємств молочно-зернового напрямку з розвинутим виробництвом м'яса.

Таблиця 1

Показники розміру та структури посівних площ за оптимальним планом ВСК «Злагода» Полтавського району

Культура	Роки				2022 р. до 2020 р.	
	2021 р. (факт)		2022 р. (проект)		(+,-)	%
	га	%	га	%		
Пшениця озима	400	12,2	657	20,0	257	39,1
Ячмінь ярий	199	6,1	200	6,1	1	0,5
Кукурудза на зерно	350	10,6	479	14,6	129	26,9
Інші зернові	70	2,1	20	0,6	-50	-250,0
Зернові і зернобобові – всього	1019	31,0	1356	41,3	337	24,9
Технічні культури – всього	1040	31,6	517	15,7	-523	-101,2
Інші технічні	1228	37,4	1414	43,0	186	13,2
Посівна площа – всього	3287	100	3287	100	0	0,0

Джерело: розраховано автором

Отже, ресурсний потенціал сільського господарства формується розміром окремих видів ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємств. Ця сукупність становить матеріальну основу виробничого потенціалу, розмір якого визначається не лише кількістю трудових, земельних та матеріальних ресурсів підприємства, але і матеріальними ресурсами інших підприємств та організацій, що використовуються для виробництва сільськогосподарської продукції. Земельні ресурси необхідні всім галузям народного господарства, однак їх роль у різних сферах суспільного виробництва не однакова. Якщо в промисловості земля є лише просторовим базисом, то в сільському господарстві вона – головний засіб виробництва. Являючись засобом виробництва є найважливішою продуктивною силою сільського господарства, головним джерелом одержання продукції рослинництва, від якої залежить і виробництво продукції тваринництва. Так, земля як продукт природи не має вартості, не переносить її, як звичайні засоби праці, на продукцію, в створенні якої вони

брали участь. У процесі виробництва вона за правильного її використання підвищує свою родючість, а тому є вічним засобом виробництва. Однак вона обмежена в просторі і штучно не відновлюється. Як матеріальну основу розвитку сільськогосподарського виробництва землю не можна замінити жодними іншими засобами праці.

Список використаних джерел:

1. Вишнеvsька О.М. Формування та оцінювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ*. 2007. № 3. С. 27-32.

2. Сільське господарство Полтавської області у 2016 році: [статистичний збірник] / за редакцією Л.В. Калашник; відповідальна за випуск Зубенко Любов Андріївна. Полтава. 2017. 225 с.

3. Трегобчук В. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичні аспекти). В. Трегобчук, А. Юзефович, Д. Крисанов, О. Попова, В. Прадун, Н. Скурська. К.: Інститут економіки НАН України, 2003. 259 с.

СЕКЦІЯ 2. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 292 МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Дергільов І. А., СВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Науковий керівник: д.е.н., професор Шкурупій О. В.

КРИПТОВАЛЮТА ЯК ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Криптовалюта – це цифрові гроші, операції з якими відбуваються криптографічними методами на основі асиметричного шифрування [1]. Наявність криптовалюти істотним чином опосередковує процеси, що мають місце в наш час у цифровій економіці (digital economy). Сучасний період економічного життя суспільства є часом формування нового глобального соціально-технологічного укладу під впливом Четвертої промислової революції, яка передбачає передусім автоматизацію та діджиталізацію традиційних процесів виробництва, створюючи одночасно сукупний трансформаційний ефект, який поширюється на всі сфери життя соціуму [2].

Цифрова валюта працює на основі блокчейна – фіксації блоків, де кожна операція зберігається і не піддається редагуванню. Блоки містять часову позначку, хеш попереднього блоку та дані транзакцій. Захист від підробки чи зміни забезпечує включення хешу кожного попереднього блоку у наступний.

Криптовалюта повністю незалежна від будь-яких фінансових установ. Вся відповідальність за випуск та збереження грошей перекладається на особливий математичний алгоритм – криптографічну модель.

Ринковий курс криптовалют залежить від ряду чинників: безпеки операцій; можливості здійснювати грошові перекази без комісії або з мінімальною процентною ставкою (до 0,1%); попиту з боку інвесторів; можливості застосовувати їх у розрахунках за товари.

Купити криптовалюту можна на біржах, яких у наш час створено вже багато. Зокрема, Binance, OKX, KuCoin, Currency.com, тощо. Наприклад, Binance – це тип централізованої біржи, де фінансова діяльність з криптовалютою здійснюється у внутрішніх системах зазначеного організатора торгів. Також існують децентралізовані біржі (Decentralized Exchange, DEX), використання яких інтенсивно зростає в умовах DeFi (Decentralized finance). Платформа, яка імітує функції централізованих бірж передбачає, що їхня серверна частина діє на блокчейні.

Базовим інструментом користувача для взаємодії з різноманітними блокчейн-мережами є криптовалютний гаманець. Він дозволяє зберігати криптовалюту двома способами – на основі використання так званих «холодних» та «гарячих» гаманців. «Холодні гаманці» до інтернету підключаються епізодично, виключно для взаємодії (через USB флешку, наприклад, Trezor, Ledger). Цей метод зберігання інформації не дуже швидкий,

але більш надійний. Він підходить для довгострокових інвесторів і простого зберігання криптовалюти. «Гарячі гаманці» постійно підключені до інтернету. Вони використовуються при взаємодії з різноманітними криптовалютними біржами. За рахунок постійного зв'язку, можна швидко здійснювати різні транзакції. Їх використовують як професійні трейдери, так і звичайні користувачі. Однак вони вважаються не дуже безпечними, через загрозу несанкціонованого (хакерського) доступу до комп'ютерних систем [3; 4].

Оцінюючи криптовалюту як фінансовий інструмент цифрової економіки, необхідно відзначити її універсальність, завдяки якій вона одночасно виконує роль світових засобів платежу, обігу та інвестування. Першою криптовалютою, як відомо, був Bitcoin; наразі різноманітних видів криптовалют понад 1000. Серед найбільш поширених, окрім Bitcoin – Ethereum, Binance Coin, Tether, Cardano, Polkadot, XRP, Uniswap, Litecoin, Chainlink та ін.

Узагальнюючи, необхідно наголосити на перспективній значущості криптовалют. Ринок криптовалют стає надзвичайно вигідним, по-перше, для фізичних осіб, а, по-друге, для бізнесу. З боку фізичних осіб підвищення попиту на криптовалюту та формування портфелю таких активів пов'язано передусім з володінням ними, а також з їх зберіганням. Метою у цьому випадку є отримання доходу у вигляді зростання вартості грошового капіталу у часі. Суб'єктів господарювання приваблює насамперед можливість використання капіталу майже у будь-якій країні без прив'язки до національних валют, а також можливість отримання доходу за наявності портфелю криптовалют, призначених для продажу. Джерелом доходів у цьому випадку є зростання вартості послуг від обігу таких активів.

В Україні віртуальні активи виведені з тіні та мають статус законного використання [5]. За кількістю користувачів криптоактивів Україна входить до ТОП-5 країн світу, а оборот криптовалют в Україні становить щонайменше 1 млрд грн на добу [6]. Отже, світова та вітчизняна практика функціонування ринку криптовалют підтверджують важливість цього новітнього фінансового інструменту для подальшої розбудови цифрової економіки.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва І. Криптовалюта – що це за гроші? *Financer.com*. URL: <https://financer.com/ua/wiki/cryptocurrency/> (дата звернення 23.02.2022).
2. Шкурупій О.В., Дейнека Т.А., Туль С.І. Роль людини в епоху глобальної діджиталізації. *Наукове забезпечення економічного розвитку, правового регулювання, управління, енергоефективності та провайдингу екоінновацій в аграрній і суміжних галузях в умовах глобалізації*: матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 28 квітня 2021 р.) ПДАА, 2021. С. 5-7.
3. Що таке децентралізована біржа (DEX)? *BINANCE ACADEMY*. URL: <https://academy.binance.com/uk/articles/what-is-a-decentralized-exchange-dex>
4. Криптовалютні гаманці. *EXBASE.IO. Digital Age Finance*. URL: <https://exbase.io/uk/wiki/kriptovalyutni-gamanczi>
5. Про віртуальні активи. Закон України від 17.02.2022 № 2074-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text>

6. Дем'янюк М. Обіг криптовалют в Україні становить 1 млрд грн за добу.
Мінціфри. *Інтерфакс-Україна.* URL:
<https://ua.interfax.com.ua/news/economic/765864.html>

*Значко Є.Д., ЗВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Науковий керівник: д.е.н., професор Шкуруній О.В.*

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ: СТАН, ДИНАМІКА, СТРУКТУРА

Сучасні засади забезпечення стабільності національної економіки, істотно пов'язані зі стратегією розвитку її аграрних секторів, з масштабами діяльності аграрних компаній та вмотивованістю бізнесу щодо експорту сільськогосподарської продукції. Галузева та геостратегічна спрямованість розвитку аграрного експорту України відповідає тренду зростання значущості світового аграрного ринку. За цих умов національні аграрні компанії отримують необхідні передумови ефективного використання виробничого та експортного потенціалу.

В сучасних умовах сільське господарство України є однією із найбільш важливих галузей економіки. Україна є потужним виробником багатьох видів агропродовольчої продукції. Зважаючи на це, позиції країни в світовій структурі експорту сільськогосподарських та продовольчих товарів впродовж багатьох років залишаються істотно значущими, а за деякими видами продукції – провідними.

Проблему розвитку зовнішньої торгівлі аграрною продукцією в Україні актуалізує необхідність повномасштабного включення аграрного сектору економіки у світовий економічний простір, що відкриває нові можливості для залучення в галузь іноземних інвестиційних ресурсів. Активізація експорту та збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, отримання від зовнішньої торгівлі додаткових валютно-фінансових надходжень є одним із пріоритетів розвитку країни. Зважаючи на це, розвиток аграрної сфери України та її експортного потенціалу необхідно розглядати з позиції стратегічних перспектив. Цей напрям є одним з найважливіших при формуванні глобального статусу країни, на необхідності підвищення якого наголошують науковці [1].

Аграрний сектор, без перебільшення, можна назвати «локомотивом» розвитку національної економіки. Його частка у ВВП становить 20% і забезпечує до 50% річної валютної виручки, яка надходить в Україну [2]. Країна є одним з світових лідерів-експортерів аграрної продукції. Вона експортує понад половину продовольства, яке виробляє, а частка експорту зернових культур перевищує 80%.

Вступ України до СОТ, а також започаткування та розвиток євроінтеграційних процесів відкрили свого часу для вітчизняних аграрних підприємств, нові ринки збуту. Це стало важливою передумовою збільшення

можливих експортних обсягів і зростання міжнародних операцій на основі двосторонніх і багатосторонніх угод, які регламентуються СОТ. Для кожної країни експорт є важливим чинником економічної стабільності та розвитку. Від рівня експортного потенціалу країни значним чином залежить її місце в системі світового господарства і можливість впливу на загальносвітові процеси. Це визначає не лише економічну, а й політичну значущість країни, авторитет і місце держави в системі сучасних міжнародних відносин.

Оцінюючи стан зовнішньої торгівлі України, передусім необхідно відзначити стрімке зростання експорту сільськогосподарських продуктів і продуктів харчування, що відбулось протягом 2020-2021 рр. За даними Міністерства економіки України у 2021 р. експорт продуктів рослинного походження збільшився на 15,55 млрд. доларів США або на 30,9% порівняно з 2020 р. Експорт жирів і олії тваринного або рослинного походження (7,05 млрд доларів США, зростання на 22,6%) посідає друге місце за обсягами експорту України. Експорт готових харчових продуктів становив у цьому році 3,8 млрд доларів США, а його зростання – 13,1%) [3]. Оперативні данні Державної служби статистики України дещо вирізняються (табл. 1). Однак за всіма офіційними джерелами інформації [4] підтверджується посилення позицій вітчизняних товаровиробників, що постачають продукцію на світові аграрні (сировинні та продуктові) ринки.

Таблиця 1

Місце продукції агросектору України у загальному національному обсязі зовнішньої торгівлі, 2021 р. (вибірково)

Назва товарів	Розділ та код УКТ ЗЕД	Експорт			Імпорт		
		млн дол. США	у % до 2020	у % до загального обсягу	млн дол. США	у % до 2020	у % до загального обсягу
Усього	X	68089,3	138,4	100,0	72816,8	134,0	100,0
Живі тварини; продукти тваринного походження	I	1345,3	113,2	2,0	1591,7	126,5	2,2
Продукти рослинного походження	II	15538,3	130,8	22,8	2129,6	107,1	2,9
у т.ч., зернові культури	10	12343,9	131,2	18,1	166,1	92,8	0,2
Жири та олії тваринного або рослинного походження	III. 15	7037,3 6	122,5	10,3	444,2	158,4	0,6
Готові харчові продукти	IV	3788,9	112,7	5,6	3575,9	120,4	4,9

Примітка. УКТ ЗЕД – Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності.

Джерело: складено автором на основі [5]

Аналіз дозволяє констатувати, що в товарній структурі експорту сільськогосподарської та продовольчої продукції України переважає продукція

рослинництва, а саме – сировинна продукція. Водночас варто зауважити, що вітчизняні товаровиробники мають досить диверсифіковану структуру виробництва, яка представлена значною кількістю товарних позицій. Державна митна служба України відстежує товарні потоки за основними групами 1–24 УКТ ЗЕД (Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності), а також за деякими іншими (казеїн, альбуміни, шкіри, хутро, вовна тощо).

Експорт аграрної продукції українського виробництва спрямований переважно (на 97%) у чотири регіони: Азія (13,7 млрд дол. США), ЄС і Велика Британія (13,7), Африка (3,7), СНД (1,4). У 2021 р. порівняно з 2020 р. він збільшився за всіма зазначеними напрямками відповідним чином: в країни Азії на 26 %, в країни ЄС і Велику Британію – на 12, в країни Африки – на 28, в країни СНД – на 8 [6].

Особливо слід відзначити специфіку торговельних відносин України з ЄС. Поставки з України становлять істотну частку загального обсягу агропродовольчого імпорту об'єднання. Україна входить у п'ятірку найбільших імпортерів такої продукції – поряд з Бразилією, США, Великою Британією та Китаєм. У сукупності ці країни забезпечують понад 1/3 загального обсягу імпорту агропродовольчої продукції в ЄС.

Оцінюючи позитивне використання експортного потенціалу аграрного сектору України необхідно зазначити, що формування ефективних міжнародних економічних відносин за цим галузевим спрямуванням є складним і багатофакторним процесом. Для подальшого перетворення потенціалу аграрного сектору на капітал економічного зростання національної економіки необхідно вирішити багато невідкладних питань, пов'язаних передусім із можливостями збільшення фінансування у сфері бізнесу, з активним залученням інноваційних технологій, а також із забезпеченням дієвої підтримки розвитку національних товаровиробників і експортерів сільськогосподарської та продовольчої продукції з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Deyneka T., Shkurupii O., Pedchenko N., Tul S., Verhal K. Ukraine's Global Status As An Indicator Of Its Current Problems And Opportunities. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2021. Vol. 3 No. 38. P. 427-436.

2. Слуцький Б. Половина валютного виторгу надходить в Україну через агросектор. Інтерв'ю з міністром Аграрної політики та продовольства України. Уніан. 24.09.2021. URL : <https://www.unian.ua/economics/agro/polovina-valyutnogo-vitorgu-nadhodit-v-ukrajinu-cherez-agrosektor-ministr-agropolitiki-povini-11556214.html> (дата звернення: 22.02.2022).

3. В 2021 році українські експортери показали найбільші показники з продажу за кордон металів та рослинної продукції. Урядовий портал. Міністерство економіки України. 10.01.2022. URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/v-2021-roci-ukrayinski-eksporter- pokazali-najbilshi-pokazniki-z-prodazhu-za-kordon-metaliv-ta-roslinnoyi-produkciyi> (дата звернення: 22.02.2022).

4. Роз'яснення Держстату, Держмитслужби та Національного банку щодо можливих розбіжностей у даних із зовнішньої торгівлі товарами та послугами, які оприлюднюються зазначеними суб'єктами. URL : http://ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2021/roz_zet/roz_zet.doc (дата звернення: 22.02.2022).

5. Зовнішня торгівля України товарами у 2021 році. Державна служба статистики України. ЕКСПРЕС-ВИПУСК. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/02/14.pdf> (дата звернення: 22.02.2022).

6. ЕХ-ІМ. Що стоїть за основними цифрами. *Агронерспектива*. URL : https://www.agroperspectiva.com/ru/free_article/392 (дата звернення: 22.02.2022).

*Богаєвський Є. І., СВО Бакалавр, спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Науковий керівник: д.е.н., професор Шкурупій О. В.*

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ США

Оцінка розвитку США впродовж останніх п'ятдесяти років дозволяє цілком однозначно констатувати збереження державою лідируючих міжнародних позицій у воєнно-політичній, науково-технологічній і економічній сферах, що забезпечується стабільністю розвитку R&D (research and development) і безперервним нарощуванням інноваційного потенціалу. Додержання США інноваційного курсу розвитку національної економіки створює в умовах глобалізації безперечні переваги країни. В рамках зазначеного курсу відтворюється модель повного інноваційного циклу – від формування інноваційної ідеї до масового виробництва готового продукту.

Державна інноваційна політика США є успішно інституційованою регуляторною практикою, яка варта дослідження з метою використання зазначених державних засад в Україні. Саме завдяки її виваженості та правильній стратегічній спрямованості, в США створена одна з найбільш вдалих у світі модель національної інноваційної системи [1]; моделі із власним ім'ям – «американська інноваційна модель розвитку». Розбудова інноваційної економіки США під впливом активної державної політики відбувалось із врахуванням розвитку ринкових механізмів – посилення конкуренції усередині країни й у міжнародному масштабі, ускладнення структури фондового ринку і появи нових інструментів освоєння винаходів (венчурного капіталу і малого інноваційного бізнесу) тощо. В результаті США забезпечили оптимальне співвідношення дії ринкового механізму та механізму державного регулювання при максимальному урахуванні особливостей національного розвитку. Це викликало позитивний ефект в економіці країни та у соціальній сфері американського суспільства.

В США інноваційний розвиток до 1980 р. мав фрагментарний характер; інституціоналізація відносин у сфері інноваційної діяльності відбувалась

поступово через прийняття низки законодавчих актів. Фактично у 80-90-х роках ХХ ст. були визначені основні норми і правила, на яких нині побудована інноваційна система США. До теперішнього часу основу законодавчого забезпечення інноваційної діяльності у США утворюють закони про передачу університетами, безприбутковими організаціями й фірмами малого бізнесу ліцензій на промислове використання інновацій і про регулювання прав інтелектуальної власності (Bayh-Dole Act of), про спільні (у тому числі високотехнологічні) науково-технічні підприємства (Joint Research Development Venture Act of та High Technology Research and Joint Ventures Act of), про кооперацію у сфері досліджень (The National Cooperative Research Act of), про передачу технологій (Federal Technology Transfer Act of), про комерційне використання розробок (National competitiveness act of) то ін.

У наш час США зберігають домінуючу позицію у світі, забезпечуючи майбутнє економічне зростання та посилення міжнародної конкурентоспроможності завдяки інноваціям. Це відбувається на основі інноваційної стратегії розвитку [3]. Згідно з нею двигуном інновацій в США виступатиме приватний сектор, а держава створює умови підтримки ефективного функціонування національної інноваційної системи. Стратегією інноваційного розвитку передбачено п'ять основних ініціатив, а саме:

- бездротова ініціатива, яка забезпечує швидкий бездротовий Інтернет для американців, підвищення безпеки та надійності, а також впровадження бездротових інновацій в освіті, охороні здоров'я та транспорті;
- патентна реформа, яка передбачає пришвидшення видачі патентів, щоб забезпечити швидкий доступ винаходів на ринок;
- освіта K12, яка має покращити навчання у сфері STEM (science, technology, engineering, mathematics);
- чиста енергія, націлена на стимулювання технологій відновлювальної енергетики задля генерації 80% енергії з чистих джерел до 2035 року та створення хабів енергетичних інновацій;
- старт-ап Америка, яка спрямована на підтримку підприємництва, стимулювання трансферу ідей з університетських лабораторій в бізнес, спрощення регулювання щодо започаткування бізнесу, а також покращення зв'язків між підприємцями та висококласними бізнес-тренерами.

Підводячи підсумок, необхідно зазначити, що інші розвинені країни, наприклад, такі як Японія та велика частина країни Європи, мають потужні системи інноваційної політики, однак, багато з них страждають від обмеженого нормативного забезпечення у сфері інноваційної діяльності та ускладненого регулювання відповідних процесів у бізнес-середовищі. На противагу цьому, у США об'єднання всіх трьох елементів національної інноваційної системи (бізнес-середовище, регуляторне середовище та середовище інноваційної політики) забезпечує досить високий позитивний ефект. Цілком очевидно, що попри ускладнення сучасної системи міжнародних економічних відносин, наявність виваженої інноваційної стратегії забезпечуватиме лідерські позиції держави в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Atkinson R. D. Understanding the U.S. National Innovation System. *Information Technology & Innovation Foundation*, 2020. URL: <https://itif.org/publications/2020/11/02/understanding-us-national-innovation-system-2020> (дата звернення: 22.02.2022).
2. . Pedchenko N., Shkurupii O., Deyneka T., Verhal K., Tul S. Vector and structural changes in the modern world. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 2020. Vol 3, No 34 <http://fkd.org.ua/article/view/215590> (дата звернення: 22.02.2022).
3. Types of innovation strategies. *Innoverse 365*. URL : <https://innoverce365.com/types-of-innovation-strategies/> (дата звернення: 22.02.2022).

СЕКЦІЯ 3. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 073 МЕНЕДЖМЕНТ

*Бондаренко Д. В., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Вороніна В.Л.*

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ

Державне управління інноваційним розвитком являє собою напрями правового, економічного та політичного характеру, що сприяють розвитку інноваційної діяльності в країні, враховують інтереси всіх суб'єктів економічної діяльності та всіх інститутів держави [1, с. 129].

На нашу думку, необхідність активної участі держави в інноваційному процесі, у виробленні та реалізації стратегії інноваційного прориву диктується кількома чинниками:

1. Обов'язок держави – об'ємне та довгострокове бачення, прийняття стратегічних рішень з урахуванням усіх можливих наслідків.
2. Держава формує інноваційний клімат, загальні правові рамки та норми здійснення інноваційної діяльності з урахуванням специфічних умов її здійснення та високого ризику.
3. Держава має взяти на себе вибір стратегії та здійснення інновацій у неринковому секторі економіки.
4. Держава не може опинитися осторонь від освоєння та поширення базисних інновацій у ринковому секторі економіки.
5. Держава має сприяти розвитку інноваційної інфраструктури та малого інноваційного бізнесу.
6. Безпосередній предмет турботи держави – підготовка кадрового потенціалу для інноваційного прориву.
7. Важливим полем інноваційної діяльності держави є регламентація та захист інтелектуальної власності, її використання як у країні, так і за кордоном.

Варто підкреслити, що важливими завданнями держави є: визначення пріоритетів інноваційного розвитку в умовах обмеженості ресурсів; вироблення інноваційної та науково-промислової політики, що відображає взаємні інтереси науки, промисловості, інвесторів; державна підтримка (у вигляді прямого бюджетного фінансування) великомасштабних досліджень та подальшого впровадження отриманих результатів у виробництво; забезпечення умов, необхідних для ефективного, «цивілізованого» функціонування інноваційного ринку.

Вважаємо, що в умовах переходу економіки на інноваційний шлях розвитку, інноваційна стратегія має зайняти принципово нове місце у всій системі державного регулювання. Вона вже не може представляти собою якийсь відокремлений фрагмент у стратегії соціально-економічного розвитку, а стає у центрі системи державного регулювання та пронизує собою всі її аспекти. Вона має бути акцентована на стимулювання трансферу знань, що набуває форму трансферу технологій.

Оскільки джерел генерування знань у новому суспільстві стає все більше

і більше, то особу актуальність набуває підтримка систем взаємодії різних джерел знання, розповсюдження різноманітних знань, що генеруються різноманітними продуцентами. Без зовнішньої підтримки виробнику і споживачеві знань часто просто неможливо знайти один одного, не кажучи вже про взаємодії. Найбільш наочний приклад – це державна підтримка консорціумів науково-дослідницьких інститутів, університетів з високотехнологічними промисловими підприємствами, направленими на взаємне збагачення цих двох структур знаннями [2, с. 76].

Сьогодні, найбільшими проблемами, які стають на перешкоді інноваційного розвитку України є:

- сумнівність отримання достовірної оцінки та визначення конкретного економічного ефекту від вибраних інноваційних проектів;
- неопрацьованість методичних основ розроблення й експертизи стратегічних і середньострокових пріоритетів інноваційного розвитку;
- відсутність чіткого алгоритму процедури утворення системи загальнодержавних пріоритетів та критеріальної бази;
- недосконалий механізм формування ієрархії пріоритетів з врахуванням результатів виконання Державної програми прогнозування науково-технологічного й інноваційного розвитку у попередніх роках;
- державна підтримка незначної кількості інноваційних проектів, оскільки більшість проектів відноситься до інвестиційної сфери;
- невизначеність рівня якості управління реалізацією пріоритетів і контролю ефективності цього процесу;
- практично відсутність залучення підприємництва, наукової громадськості;
- основний наголос ставиться на дослідженнях та розробках, які вже досягли світового рівня, а не на тих, які можуть в перспективі вивести на світовий ринок задля розвитку держави.
- доволі не обґрунтований вибір окремих галузей, як пріоритетних з метою підвищення конкурентоспроможності держави, наприклад, АПК чи легка промисловість не спроможні стати ключовими у економічному зростанні країни через високу конкурентоспроможність зарубіжних країн.

Отже, держава повинна створювати умови для активізації національно науково-технічного потенціалу та формування сприятливого середовища для інноваційного розвитку, впровадження нових технологічних укладів, подолання розривів між наукою та виробництвом, забезпечення реального трансферу технологій.

Список використаних джерел:

1. Brockova K., Rossokha V., Chaban V., Zos-Kior M., Hnatenko I., Rubezhanska V. Economic mechanism of optimizing the innovation investment program of the development of agro-industrial production. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. Vol. 43. No. 1. p. 129-135.

2. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Хорошко Д. Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. № 3 (26). С. 76-81.

*Бриж Т.Б., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах сучасного економічного розвитку більшість країн знаходиться в особливих умовах функціонування, що визначаються динамікою зовнішнього середовища. Як зауважують дослідники, незважаючи на наявність великого обсягу доступної інформації, комунікації, активного розвитку інформаційних технологій, все більш складним виявляється процес прогнозування майбутнього стану економічних систем, зв'язку з великою кількістю чинників, що можуть впливати на їх поведінку, все більше розповсюджуються такі негативні явища як фінансово-економічні кризи, що призводять до банкрутства і погіршення соціально-економічної ситуації в країнах світу [3].

Причина цього полягає в тому, що глобалізація сьогодні є найважливішою тенденцією світового розвитку та особливостями економічного розвитку окремих країн. Прискорення темпів технологічного розвитку, активізація ролі людських ресурсів та зміна інших елементів сучасного виробництва є взаємопов'язаним питанням збалансованості та динамічного розвитку.

Безумовно, сучасне підприємство є динамічною та відкритою системою, діяльність якого залежить від умов зовнішнього середовища, в якому воно функціонує.

Тому кожна організація повинна адаптуватися до цих змін і вжити таких заходів, як покращення виробничих програм, логістичної інфраструктури, комерційної та збутової політики, а також формулювання відповідних довгострокових стратегій. Важливим процесом для суб'єкта господарювання є його розвиток, оскільки це головна передумова для виходу підприємства на ринок або збереження позиції на існуючому ринку.

Якщо розглядати дану категорію як «розвиток підприємства», то під таким розвитком розуміють незворотні, цілеспрямовані та закономірні зміни господарської системи, послідовність переходу її з одного стану в якісно інший на основі удосконалення техніки, технології та організації праці, впровадження новацій в управлінні тощо [1, с. 705].

У свою чергу, В. Василенко вважає, що «розвиток підприємства – це не разові перетворення з метою досягнення «найкращого» (а отже, вічного) стану системи, а процес, що не припиняється в часі, плин якого не завжди відбувається постійно й безупинно, найчастіше йде динамічно з подоланням різних за масштабами криз» [2].

Отож, сучасне зовнішнє середовище кожного господарюючого суб'єкта характеризується непередбачуваною швидкістю змін. Це пояснюється тим, що завданням для кожного бізнесу є, перш за все, збереження статус-кво та подальше його покращення – це забезпечення конкурентоспроможності організації на ринку.

Саме тому діяльність підприємства має бути спрямована на створення умов для його безперервного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. К.: КНЕУ, 2013. 779 с.

2. Василенко В. А., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління. навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.

3. Воронько-Невіднича Т.В., Коваль О.О., Колода О.Ф. Управління розвитком підприємства як необхідна умова досягнення Цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. *Економіка та суспільство*, (25). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-80>.

*Гончаренко А.С., СВО Магістр, спеціальності 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.*

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Система економічної безпеки підприємства – це комплекс стратегічних оперативних дій, що спрямовані на максимальний захист підприємства від можливих загроз, що можуть принести для подальшого господарювання підприємства. Лише комплексний та системний підходи до організації економічної безпеки в підприємстві забезпечать найбільш повною мірою його надійний захист.

Сутність економічної безпеки суб'єкта підприємницької діяльності досягається як забезпеченням його конкурентоспроможності протягом тривалого періоду, так і шляхом створення системи захисту від неефективно функціонуючої держави власних економічних інтересів [2].

Управління економічною безпекою як система базується на принципах: пріоритетності, комплексності, законності, координованості, компетентності, доцільності, плановості, системності, відкритості.

Очевидно, що головною метою управління економічною безпекою підприємства є створення умов стабільного й ефективного функціонування підприємства за рахунок своєчасного виявлення та протидії загрозам його господарській діяльності. Її досягнення можливе лише у разі реалізації сукупності функціональних цілей за підсистемами економічної безпеки.

Забезпечення економічної безпеки ґрунтується на протидії загрозам діяльності підприємства, що виникають внаслідок прояву несприятливих факторів зовнішнього середовища (рис. 1).

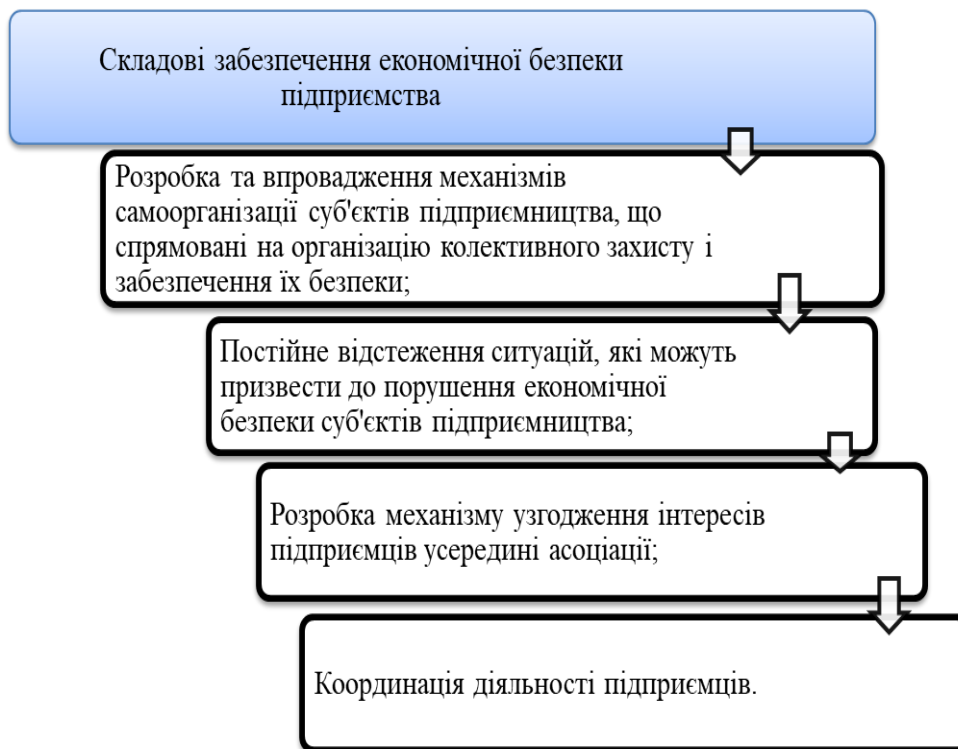


Рис. 1. Характеристика складових які забезпечують економічну безпеку [2]

Основою їх виявлення є комплексне дослідження стану економічної безпеки, що базується на оцінці її рівня та дозволяє пов'язати отримані результати із факторами, які є джерелами загроз стабільному та ефективному функціонуванню підприємства [1; 3].

Проаналізувавши ситуацію та стан українських підприємств, які піддаються негативному впливу кризових явищ, можна зробити висновок, щодля безперервної діяльності будь якого суб'єкту господарювання першочерговим завданням є розроблення інструментів активізації ефективного управління та розробки плану оптимізації на випадок критичної ситуації, яка може статися в країні, та може вплинути на діяльність суб'єктів господарювання.

Серед інструментів активізації діяльності підприємства можна виділити:

- оптимізацію витрат скорочення невиробничих витрат, насамперед адміністративних;
- зменшення дебіторської заборгованості;
- впровадження політики енергозбереження;
- стимулювання збуту;
- оптимізація величини виробничих запасів.

Надійна економічна безпека господарюючого суб'єкту є можливою лише за комплексного та системного підходу, що дає змогу забезпечити стратегічний розвиток, розробити тактичні та оперативні дії для мінімізації наслідків кризи, негативного впливу загроз.

Безумовно, перспективами подальших досліджень є вдосконалення структури економічної безпеки, розроблення підходів до оцінювання рівня та

оптимальної структури економічної безпеки підприємства за сучасних динамічних умов.

Список використаних джерел:

1. Управління економічною безпекою підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.: спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Є.О. Діденко. Київ, 2012. 20 с.

2. Організація та управління системою економічної безпеки підприємства/ З.Б. Живко, О.В. Черевко, Н.В. Зачосова, М.О. Живко, О.Б. Баворовська, В.О. Занора. Черкаси, 2019. 120 с.

3. Воронько-Невіднича, Т., Демиденко, Л.,Здоров, В. (2021). Особливості формування та забезпечення кадрової безпеки підприємства. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-57>.

*Запорожець М., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Сазонова Т. О.*

КУЛЬТУРА УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення ефективної діяльності підприємства залежить від сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів, а також від мистецтва управління менеджерів різних рівнів. На сьогоднішній день все більшого значення набувають, так звані, навички *soft skills* керівного складу підприємства, серед яких чільне місце посідає високий рівень особистісної та професійної культури, демократичність, вміння працювати в команді та управляти нею тощо.

До структури професійної культури (культури управління) зазвичай включають [1]: загальну культуру управління (адміністративна культура, культура управління персоналом, управлінські цінності (чесність, законність, оперативність, стратегічне мислення); управлінська свідомість,); комунікативну культуру, тобто культура спілкування; службовий етикет; політичну та правову культуру; соціальну культуру – загальнолюдські моральні цінності; морально-етичні регулятори; культуру організації власної трудової діяльності, культуру робочого місця; культуру трудових відносин; культуру професійної поведінки (відповідальність за цілі, проекти, підлеглих, чесність, порядність, доброзичливість, емпатійне ставлення до людей, справедливість, об'єктивність, активна позиція, готовність до співробітництва та надання допомоги); інформаційна культура; психологічну культуру.

Культура управління, на наш погляд, виступає не як симбіоз означених понять, а як якісно нове утворення.

Структуру професійної культури сучасного менеджера також можливо представити у вигляді наступної схеми (рис. 1).

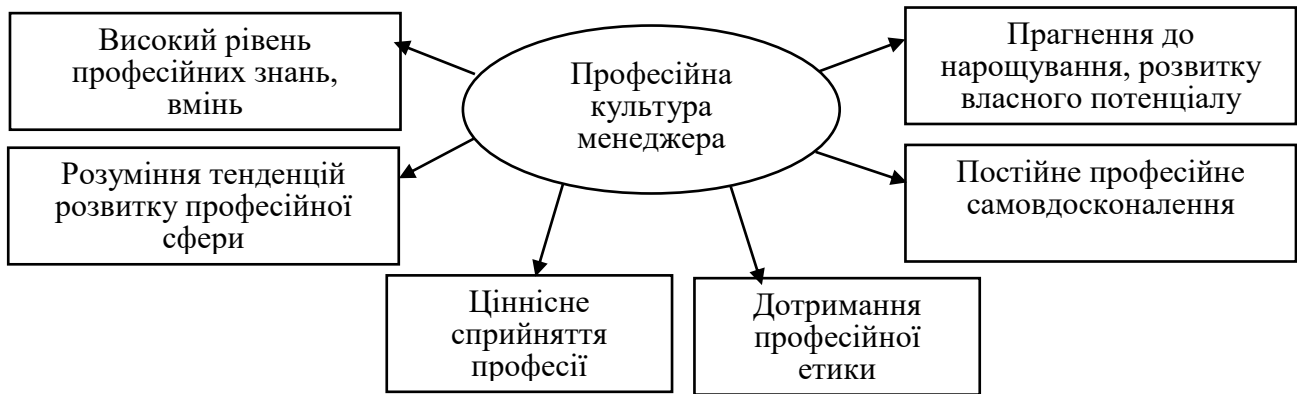


Рис. 1. Структура професійної культури менеджера [2, с. 29]

Отже, культура управління – це сукупність теоретичних та практичних положень, законів, принципів, норм, цінностей, які мають загальний характер та стосуються всіх аспектів діяльності людини. Культура управління є важливим фактором впливу на свідомість, вчинки підлеглих, їх орієнтири, цінності, мотиви, водночас, вона служить одним з вирішальних факторів успіху в управлінні людьми та організацією загалом [3, с. 110].

З метою проведення аналізу рівня культури управління в ПОКВПТГ «ПОЛТАВАТЕПЛОЕНЕРГО», нами було проведене опитування 50-ти співробітників. Загалом керівництво досліджуваного підприємства поєднує два стилі управління: демократичний та авторитарний. На наш погляд, це є виправданим в умовах функціонування досліджуваного підприємства, адже, велика відповідальність та вплив на життя громади, вимагають бездоганного виконання завдань, наказів, що не завжди можна спостерігати при наявності лише демократичного стилю управління. На думку опитаних працівників, інтелектуальна культура керівника ПОКВПТГ «ПОЛТАВАТЕПЛОЕНЕРГО» знаходиться на середньому рівні (3,8, при максимальному значенні – 5). Що формує орієнтири для удосконалення рівня культури керівника, зокрема у складових культури спільної співпраці та культури знань.

За результатами опитування, можемо простежити слабкі сторони керівника – це комунікативність, співробітництво, гнучкість, адаптивність, лідерство і вплив, ефективність управлінських рішень, але особливо – це мотивація та розвиток персоналу, бажання розвиватися, інноваційність, організація та контроль діяльності, емоційна компетентність. Дані недоліки формують слабкі місця в культурі управління, але й напрямки для її удосконалення.

Проблемні компетентнісні зони у керівництва виробничих підрозділів – бажання розвиватися, інноваційність, вміння нести відповідальність за результати роботи, емоційна компетентність, гнучкість, адаптивність, лідерство та вплив, мотивація та розвиток персоналу (але у меншій мірі, ніж у керівника).

Рівень задоволеності персоналу зайнятістю в досліджуваному підприємстві – на рівні 68,0 %. Доцільно звернути увагу як на залучення персоналу до прийняття рішень, що формуватиме відчуття приналежності та

відповідальності; соціальний клімат в колективі та організацію праці (зокрема за рахунок підвищення ефективності комунікацій); можливість підвищення кваліфікації та просування по службі, а також систему мотивації та стимулювання праці персоналу.

На основі проведеного дослідження, нами були сформовані основні напрямки удосконалення культури управління в ПОКВПТГ «ПОЛТАВАТЕПЛОЕНЕРГО»:

I. Спрямовані на підвищення культури процесу управління:

1.1) використання прогресивних методів управління, інноваційного та креативного підходів;

1.2) виважений, оперативний підхід до збору, перевірки та аналізу інформації – задля оптимізації процесу прийняття управлінських рішень;

1.3) раціональна організація праці (включає кооперацію та регламентацію праці, нормування складу та чисельності персоналу, правильну розстановку, використання кадрів, чітке визначення складу та обсягу управлінської праці в розрізі діяльності окремих менеджерів тощо);

1.4) забезпечення культури умов праці (дотримання норм та правил ергономіки праці, її естетики, забезпечення сприятливих психофізіологічних умов праці).

II Спрямовані на підвищення професійної культури менеджерів:

2.1) поглиблювати знання з менеджменту та використовувати їх у власній діяльності;

2.2) культивувати уважне та зацікавлене ставлення до потреб працівників, налагоджувати атмосферу доброзичливості та поваги до людини;

2.3) систематично підвищувати власну кваліфікацію та загальну культуру;

2.4) періодично проводити самоаналіз власної управлінської діяльності, працювати над помилками;

2.5) приділяти значну увагу власному особистісному саморозвитку.

Отже, підвищуючи культуру управління, менеджери не лише збільшують ефективність власної професійної діяльності, але й сприяють позитивним змінам в рівні результативності праці персоналу, підприємства загалом; сприяють зростанню трудової дисципліни, рівня лояльності підлеглих, що, в свою чергу, формує конкурентні переваги для організації.

Список використаних джерел:

1. Сидоренко Н. Оцінка професійної культури державного службовця: компетентнісний підхід. URL: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2009-02/Sidorenko.pdf (дата звернення 18.11.2021).

2. Культура управління : монографія ; Садковий В.П. та ін. Харків: НУЦЗУ, 2018. 218 с.

3. Палеха Ю.І. Ключі до успіху, або організаційна та управлінська культури. Навч. посібник. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2012. 337 с.

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення сталого інноваційного розвитку сучасного підприємства зумовлює колосальне значення інтелектуальних ресурсів, носієм яких, насамперед, є трудові ресурси. Відповідно, питання сталого інноваційного розвитку та питання управління трудовими ресурсами підприємства, його компетенціями тісно взаємопов'язані.

Проблеми управління трудовими ресурсами у контексті інноваційного розвитку підприємства досліджували вчені: Балабанова Л., Вороніна В., Діденко Н., Зось-Кіор М., Краснокутська Н., Маркіна І., Овчарук О., Орехова О., Тарасюк Г., та ін. Водночас, результати проведеного нами аналізу та узагальнення наукових напрацювань свідчать про те, що практично відсутні фундаментальні комплексні роботи за темою даного дослідження. Відповідно, є необхідність у подальшому удосконаленні теоретичних, методичних та практичних основ із проблематики менеджменту трудових ресурсів в умовах сталого інноваційного розвитку підприємства.

Українські підприємства на практиці стикаються із проблемою неприйняття співробітниками інноваційної діяльності. Працівники виражають опір нововведенням, не хочуть виявляти творчу спрямованість. Це призводить до низької результативності інноваційних дій, виконання яких перевищує фінансові та часові рамки [2, с. 79].

Таким чином, на багатьох українських підприємствах виявляється невідповідність працівників до певних змін. Джерело такої ситуації – використання в інноваційній діяльності тих самих методів управління, що і за звичайної функціональної діяльності.

Вважаємо, що вирішення виявленої проблеми полягає у усвідомленні безпосередньо керівником усієї значущості реформування підходів до управління інноваційною діяльністю. Так як вона кардинально відрізняється від звичної діяльності такими факторами, як непередбачуваність, високий рівень ризику, мінливість кінцевого результату в процесі роботи, важливість творчої спрямованості персоналу та володіння певними компетенціями.

З метою оволодіння необхідними навичками та компетенціями, а також підвищення залучення співробітників до нововведень потрібно формувати та впроваджувати в компанію нові методи управління не лише діяльністю, а й персоналом. Система менеджменту трудових ресурсів у контексті інноваційного розвитку підприємства характеризується деякими особливостями:

- 1) дефіцит інформаційного матеріалу щодо інноваційних проектів;
- 2) новизна та трудомісткість функціонування членів робочої групи;
- 3) підвищена плинність наукових співробітників та спеціалістів;
- 4) висока ймовірність отримання великих вигід у разі успіху [1, с. 130].

Вважаємо, що існують певні умови, за яких управління трудовими ресурсами у контексті інноваційного розвитку підприємства орієнтоване на довгострокову перспективу: інновації базуються на засадах, що кидають виклик традиційному управлінню; повинна бути системність інновації, що включає велику кількість методів і процесів; Інновації є частиною безперервного процесу нововведень.

Слід враховувати, те, що інновації та нововведення можуть бути сприйняті персоналом негативно. Тому, перш ніж їх запроваджувати, потрібно підготувати до цього персонал. На нашу думку, рішення можуть бути знайдені в наступних управлінських рішеннях:

- збільшення рівня освіченості трудових ресурсів підприємства: добре підготовлені працівники будуть легше сприйнятливими до інновацій, а також виступатимуть новаторами нових ідей;

- технологізація в управлінні та виробництві: надання технічного обладнання у вільному доступі;

- надання свободи персоналу у висловленні особистої думки про зміни, що відбуваються у відділі: проведення дискусій та консультацій з працівниками на тему нововведень;

- підтримка комунікації співробітників всіх підрозділів;

- надання можливості та заохочення персоналу у самостійності та творчих ініціативах;

- надання персоналу можливості для отримання інформації з метою подальшого досягнення організаційних цілей.

Зазначені проблеми забезпечують ясне уявлення у тому, що чільне місце у управлінні підприємством займає працівник. Адже вся інноваційна діяльність спрямована на максимізацію прибутку та ґрунтується на задоволенні потреб трудових ресурсів підприємства.

Список використаних джерел:

1. Brockova K., Rossokha V., Chaban V., Zos-Kior M., Hnatenko I., Rubezhanska V. Economic mechanism of optimizing the innovation investment program of the development of agro-industrial production. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. Vol. 43. No. 1. p. 129-135.

2. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Хорошко Д. Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. № 3 (26). С. 76-81.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Часте застосування визначень: керування інформаційною безпекою, управління інформаційними ресурсами, кібератаки, чітко демонструє те, що проблема інформаційної безпеки є невід'ємною частиною загальної системи організації управління. Прикладом є: визначення цілей організації, планування, стратегія, організація, мотивація, контроль [1].

У наш час необхідно приділяти особливу увагу до управління інформаційною безпекою, адже завдяки грамотному та якісному управлінню безпекою, інформаційна безпека та стійкість підприємства значно зросте. Так як зовнішні чинники можуть часто змінюватися і не піддаватися прогнозуванню.

З кожним днем стає зрозуміло, що правильна організація безпеки, керування інформацією, пошук слабких місць та покращення системи інформаційної безпеки є досить вагомими у конкурентній боротьбі, перемога в якій і покаже наскільки якісною була система інформаційної безпеки [2].

Всі підприємства мають розуміти та планувати, як саме вони будуть йти до свого успіху, але на шляху до успіху, вагомим елементом є його можливість забезпечити безпеку своєї конфіденційної інформації. Часті зміни в економіках країн постійно змінюють та надають нові вимоги до якості безпеки.

Правильне використання потрібних знань, компетентності та досвіду працівників, посприяє адекватному реагуванню підприємства на зміни у навколишньому середовищі, а також по можливості оминати можливі загрози, витрати і постійно підвищувати ефективність своєї діяльності [3].

Підприємство повинно правильно підібрати працівників для побудови ефективної та якісної системи управління інформаційною безпекою в умовах динамічного бізнес-середовища. Визначення пріоритетів у безпеці та усвідомлення яка саме інформація є конфіденційною, стає першим щаблем при побудові ефективної системи захисту інформації на підприємстві [2].

Слідкування за новинками в плані безпеки та зломів системи є пріоритетним завданням тих хто займається організацією безпеки на підприємстві. Мінімізація ризиків викрадення даних є основною причиною виникнення та створення інформаційної безпеки на підприємстві [5].

Чим дорожчим буде планування та організація зломів, фізичних викрадень або фізичного знищення даних тим більше зловмисники будуть задумуватися про кінечний результат своєї неправомірної діяльності і чи варто скоювати злом даних того чи іншого підприємства, адже вартість отриманої інформації може не переkritи їхні витрати на підготовку неправомірного вторгнення на підприємство.

Список використаних джерел

1. Булейко А. А. Життєдіяльність та інформаційна безпека людини у сучасних умовах. Матер. ІХ Міжнар. наук.-техн. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених «Хімія та сучасні технології». Дніпро, 2019, Т. III, С. 40-41.
2. Палагнюк Д. М. Принципи забезпечення інформаційної безпеки. Матер. наук.-практ. конф. «Якість і безпека. Сучасні реалії». Вінниця, 2018, С. 19-22.
3. Бурячок В.Л. Інформаційна та кібербезпека: соціотехнічний аспект. Львів: «Магнолія 2006», 2018. 320 с.
4. Швець Д.В. Загрози національній інформаційній безпеці в період ПАНДЕМІЇ COVID-19. Актуальні питання діяльності суб'єктів господарювання в умовах пандемії COVID-19. 2021. С. 32-34.

*Манойло Н.О., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: д.е.н., професор Березіна Л.М.*

ОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідність вирішення проблеми забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності підприємств зумовлена нестійкими темпами розвитку виробництва та численними науковими дослідженнями з проблем товарно-ринкової конкуренції, що дозволяють розглядати процес систематичного погіршення основних показників рентабельності виробництва та реалізації продукції або послуги.

Для визначення актуальної та ефективної стратегії конкурентоспроможності підприємства, необхідне розуміння класичного та сучасного категоріального її апарату, а також основ його онтологічної еволюції. Тому доцільним є визначення теоретичних аспектів формування та розвитку сутності поняття «конкурентоспроможності» та «конкурентоспроможності підприємства» (рис. 1). Узагальнення зазначених підходів підходу дає змогу охарактеризувати конкурентоспроможність підприємства як рівень ефективності використання суб'єктом господарювання економічних ресурсів відносно ефективності використання економічних ресурсів його конкурентами. Водночас, слід враховувати два основних джерела конкурентоспроможності: операційна ефективність та стратегічне позиціонування [1-11]. Отже, конкурентоспроможність підприємства – це комплексна характеристика суб'єкта господарювання за певний період часу умовах конкретного ринку, що відображає перевагу перед конкурентами за низкою показників [3].

На основі поєднання характеристик розглянутих підходів конкурентоспроможність підприємства пропонується визначити як процес формування операційних та стратегічних конкурентних переваг суб'єкту господарювання на основі підвищення ефективності виробничо-технологічних, організаційних, кадрових, інноваційних, підприємницьких та інших напрямів

діяльності задля формування необхідного ресурсного потенціалу, який надає можливості для створення кращого продукту або послуги, що повністю відповідає очікуванням та потребам споживачів, порівняно з іншими суб'єктами ринку [2; 3; 5; 7; 8; 10; 11].

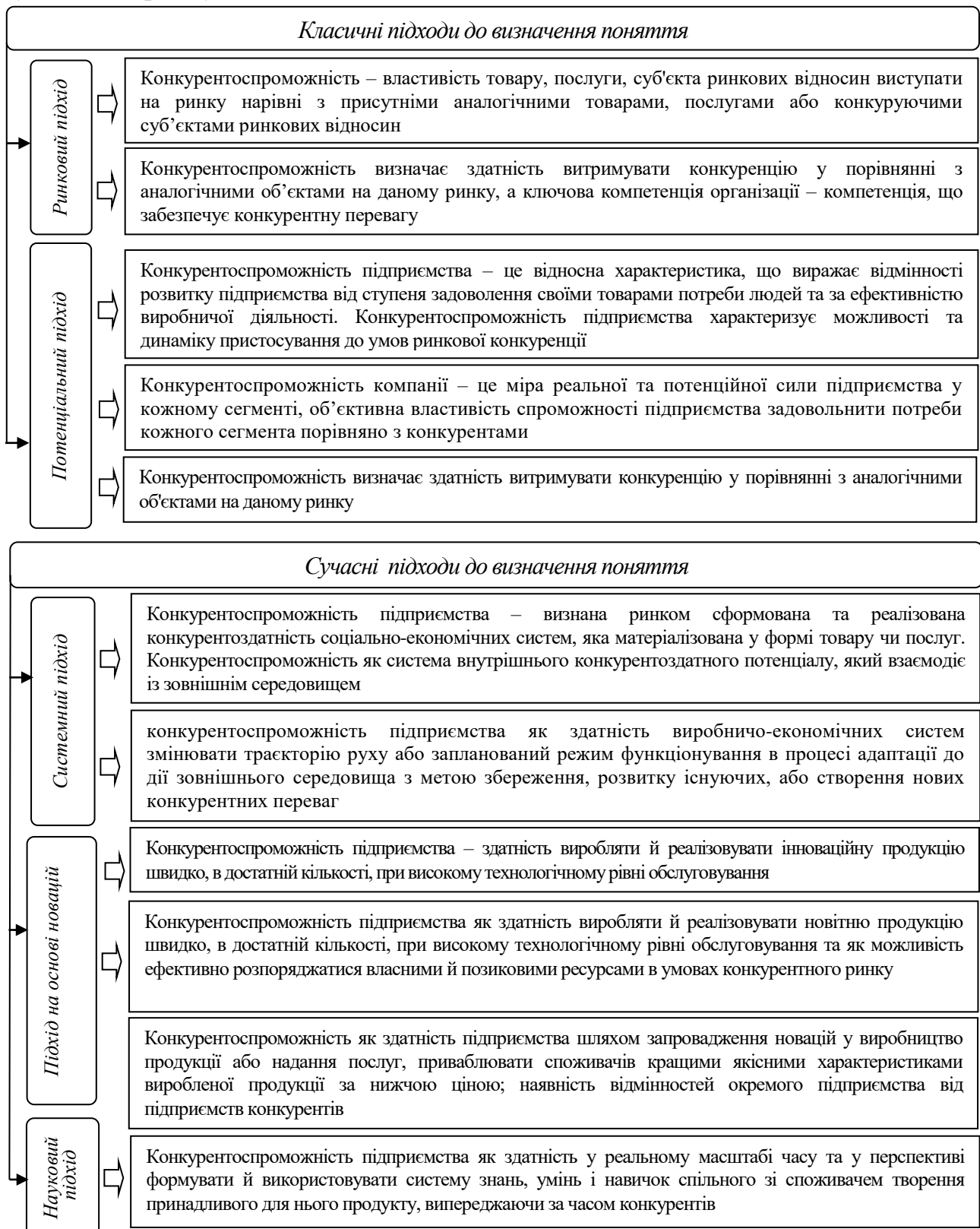


Рис. 1. Онтологічні аспекти визначення поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства»
Узагальнено на основі: [1-11]

Слід зважати, що необхідність вирішення проблеми забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності підприємства зумовлено нестійкими темпами розвитку виробництва та численними науковими дослідженнями з проблем товарно-ринкової конкуренції, які дозволяють розглядати процес систематичного погіршення основних показників рентабельності виробництва та реалізації товарної продукції [1; 4; 6].

Відповідно конкурентоспроможності підприємства – ємна економічна категорія, що поділяється на кілька рівнів: конкурентоспроможність товару, товаровиробника, галузі, країни.

З метою формування належного рівня конкурентоспроможності підприємства всі три рівні повинні злагоджено взаємодіяти, а їх характеристиками повинні стати наступні твердження:

конкурентоспроможність, це індикатор порівняльної переваги підприємства щодо інших підприємств-конкурентів галузі;

конкурентоспроможність, це відносна характеристика виразу ступеня розвитку даного підприємства;

конкурентоспроможність, це характеристика можливості та динаміки пристосування підприємства до умов ринкової конкуренції

конкурентоспроможність – здатність змагатися у досягненні ідентичних цілей, у прагненні мати ті ж ресурси, блага, займати становище на ринку, а також здатність пристосовуватись до змін ринкових умов шляхом задоволення конкретних суспільних потреб та підвищення ефективності виробничо-господарську діяльність.

Список використаних джерел:

1. Гудзинський О. Д., Судомир С. М/, Гуренко Т. О., Гудзинська Ю. С. Менеджмент стратегічної конкурентоспроможності соціально-економічних систем: методологічний аспект. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2019. № 21. С. 4–13.

2. Должанський І.З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

3. Дячков Д. В., Крепко К. В., Кисіль І. Г. Онтологічні засади визначення сутності конкурентоспроможності підприємства як засобу протидії підприємницьким ризикам. *Економічний форум*. №4. 2018. С. 162–169.

4. Іванов Ю. В. Діяльність вищих навчальних закладів України в умовах сучасної конкуренції. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2012. №2 (53). С. 145–148.

5. Котлер Ф. Книга Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Видавництво: КМ-БУКС, 2019. 224 с.

6. Маркіна І. А., Іванюта В. Ф., Іванюта П. В. Методологічне забезпечення оцінки конкурентоспроможності підприємств в умовах вступу України в СОТ і ЄС. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 168 с.

7. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. Видавництво: Наш Формат, 2019. 624 с.

8. Тарнавська Н. Новітні прояви конкуренції в суспільстві, яке базується на знаннях. *Економіка України*. 2008. №2. С.4–16.

9. Тарнавська Н. П., Голоднюк О. С. Провайдинг маркетингових інновацій у системі управління конкурентними перевагами підприємств-виробників мінеральних вод: концепція, організаційний ресурс, результат. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 3. С. 11–27.

10. Темченко О. А., Шевчук Н. А., Салоїд С. В., Редько К. Ю. Управління конкурентоспроможністю металургійних підприємств. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 53–58.

11. Тульчинський Р. В., Тульчинська С. О., Ружицький А. В. Стратегії конкурентоспроможності підприємств в умовах макроекономічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №6. С. 5–9.

*Олексенко А.А., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

ПРІОРИТЕТНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Керівництво сучасних організацій систематично зіштовхується з можливістю зміни економічних циклів, торговельними проблемами, кібербезпекою, залученням і утриманням кращих фахівців, адаптацією до переваг клієнтів, що змінюються, регулюючого впливу на їх бізнес тощо.

Крім того, технології продовжують швидко розвиватися, що потребує від організацій швидкої адаптації чи ризику старіння. Цей тиск вимагає змін; але, зокрема, цей тиск вимагає, щоб організації ставали дедалі гнучкішими – чи спритними – у міру того, як вони активно орієнтуються у своїй галузі чи секторі. Враховуючи ці елементи бізнес-середовища, все частіше можна почути слова «агільність»[1, 3].

Адаптація бізнес-стратегії за умов стрімких змін потребує пошуку та втілення нових моделей управління людськими ресурсами, ефективних до таких змін. Дослідники пов'язують успішність організацій з моделлю PISA, що включає забезпечення результативності по 4 сферах:

1. Productivity (продуктивність) – HR повинен вимірювати та безперервно підвищувати продуктивність праці (тобто, дохід на одного співробітника).

2. Innovation (інновації) – HR має стимулювати інновації, оскільки вони більш ніж 5 разів збільшують економічну вартість, ніж продуктивність.

3. Speed (швидкість) – найбільший прибуток отримує «перший», тим самим стимулюючи співробітників.

4. Adaptiveness (адаптивність) – у нестабільному світі постійна адаптація має істотне значення[2].

Із агільністю пов'язані такі поняття як прозорість, мотивація та навчання.

Прозорість вимірюється технологіями та процедурами, які використовує компанія для збирання, зберігання, розповсюдження та відображення інформації. Мотивація вимірюється заохоченнями та авторитетом людей, яким доручено приймати рішення та діяти задля досягнення цілей компанії.

Навчання дозволяє прищепити людям навички для використання прозорості при прийнятті правильних рішень та здійсненні ефективних дій на шляху досягнення цілей.

Агільність за сучасних умов, в першу чергу, розглядається як зміна потреби персоналу по відношенню до змісту і умов роботи, зміщення балансу в бік свободи. Тобто агільна організація виконує свою стратегію швидше, ніж її менш агільні конкуренти, запроваджує інновації швидше та більш сучасними шляхами, змінює свої бізнес-моделі швидко, коли це потрібно, і реально здатна провести зміни. Світ стає настільки мінливим і непередбачуваним, що організації мають швидко та легко адаптуватися до змін, щоб перевершувати своїх конкурентів.

Для цього HR повинні змінитися фундаментально, щоб їхня функція була критичною рушійною силою в організаційній агільності. У цій ролі HR зможе створити новий тип організації, яка побудована навколо гнучких та талановитих професіоналів. Отож, створення агільної організації потребує цілісного підходу до питань стратегії, лідерства, культури, командної роботи та управління проектами.

Список використаних джерел:

1. WhatIsAgilityandWhatMakesanOrganizationAgile? URL: <https://www.indigoanchor.com/blog/2019/9/25/what-is-agility-and-what-makes-an-organization-agile>.
2. WhatisAgilityManagement?URL: <https://agilebrains.net/what-is-agility/>
3. Кукса І. М., Орлова-Курилова О. В., Кирилюк Є. М., Воронько-Невіднича Т. В. Державне регулювання та саморозвиток ефективної інноваційної системи управління реструктуризацією виробництва в умовах знаннєвої економіки, екологізації та синергетичної взаємодії підприємців. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 20. С. 5–9. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.20.5](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.20.5)

*Панова Я.Г., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РИЗИК-СЕРЕДОВИЩА

Ризики оточують підприємства на кожному кроці. Жорстка конкуренція, нестабільність політичного становища, можлива зміна податкового законодавства зобов'язує сучасні підприємства в процесі планування і реалізації своєї діяльності враховувати можливість виникнення ризикових ситуацій, які можуть принести як позитивні, так і негативні наслідки.

Сучасні системи управління повинні враховувати ризик на кожному етапі функціонування підприємства.

В літературі використовують різні інтерпретації поняття «ризик», деякі з них:

1. Під ризиком припускають побоювання (небезпека), що реалізація проекту приведе до збитків.

2. Говорячи про ризик, мають на увазі міру розсіювання (дисперсію) отриманих у результаті множинного прогнозу оцінних показників розглянутого проекту (прибуток, рентабельність капіталу).

3. Під ризиком розуміють небезпеку, що мета підприємницького проекту не буде досягнута в наміченому об'ємі. Йдеться про конкретні побоювання, що замість очікуваного стану середовища виникне гірша ситуація, у результаті чого, наприклад, прибуток буде зменшена на визначений розмір [1].

Одним з найважливіших етапів управління підприємством є саме управління ризиками.

Управління ризиком – процес прийняття та виконання управлінських рішень, які спрямовані на зниження ймовірності виникнення несприятливого результату та мінімізацію можливих втрат [2].

Ризик-менеджмент спрямований на знаходження оптимального співвідношення між високим рівнем ризику, що може призвести до краху підприємства, та повною відмовою від нього, що призводить до втрати конкурентоспроможності.

Менеджер обирає конкретний спосіб управління ризиками залежно від специфіки діяльності, обраної маркетингової стратегії тощо.

Існують такі форми управління і профілактики виникнення ризикових ситуацій:

1. Мінімізація ризиків – це сукупність дій, направлених на зниження ризику, шляхом його уникнення або попередження.

2. Диверсифікація ризиків – форма управління ризиком, яка дозволяє уникнути частини ризику при розподілі капіталу між різними видами діяльності.

3. Лімітування ризиків. За тими видами господарської діяльності та господарських операцій, які можуть постійно виходити за встановлені межі допустимого ризику, цей ризик лімітується шляхом встановлення відповідних економічних і фінансових нормативів.

4. Отримання додаткової інформації – є одним з найважливіших способів зниження ризику. Природно, що коли б у менеджера була більш повна інформація, він міг би зробити кращий прогноз та знизити ступінь ризику. Частково цю роль може взяти на себе внутрішнє страхування ризиків, що здійснюється в рамках самого торговельного підприємства.

5. Використання організаційних і економічних методів управління ризиком.

До економічних методів відносять: формування власного резервного фонду; компенсація ризиків через систему санкцій; зовнішнє страхування ризику.

До організаційних методів відносять: відхилення ризику; недопущення збитків; передача контролю за ризиками [3].

Крім того, застосування лише одного методу (або однотипної групи

методів) не дають ефективного результату у вітчизняній практиці.

Отже, ризик в підприємницькій діяльності є підґрунтям виникнення кризових явищ в підприємстві. Тому впровадження в діяльність підприємства системи ризик-менеджменту і використання системи форм управління ризиками дозволяє забезпечувати стабільність його розвитку, підвищувати обґрунтованість прийняття рішень в ризиковій ситуації, покращення фінансового стану за рахунок здійснення всіх видів діяльності в контрольованих умовах.

Список використаних джерел:

1. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 568с.

2. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 271 с.

3. В. Кравченко. Розробка сучасного стандарту з управління ризиками – важливий чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності в Україні. Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. № 17. 330 с.

4. Занора В.О., Недотопа І.Ю. Інтерпретація сутності категорії «ризик». Антикризовий розвиток соціальних та економічних процесів в умовах глобалізації: матеріали VI Міжнародної наукової конференції (Київ, квітень 2016 р.). Київ, 2016. С. 26–27.

5. Гавриш О.А., Кавун В.А. Критичний аналіз нормативних засад управління проектними ризиками. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2017. № 14. С. 216–222.

*Пасічник Є. М., ЗВО СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Вороніна В. Л.*

ТИМБІЛДИНГ ЯК ОДИН З ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Психологічний клімат – це важлива складова частина кожного колективу. У колективі, де панує дружня атмосфера, працівники більш лояльні та мотивовані. Кожен керівник намагається вплинути на згуртування колективу та покращення мікроклімату в організації. Одним з найефективніших інструментів управління персоналом, що забезпечують повноцінний розвиток компанії є тимбілдинг – термін, що часто використовується в контексті бізнесу та застосовується до широкого діапазону дій, для створення та підвищення ефективності роботи команди, що входить до перспективних моделей корпоративного менеджменту.

Проаналізувавши різні визначення поняття «тимбілдинг», ми сформувавши власне визначення. Тимбілдинг – модель корпоративного менеджменту, при якому відбувається прагнення побудувати команду, що є чимось більшим, ніж просто група людей, які працюють разом, для результативної та продуктивної

роботи колективу та підприємства в цілому.

Компанії, як і колективи у них, існуватимуть завжди. Тому важливо зробити діяльність колективів максимально ефективною, створивши не просто колектив, а команду лідерів, які об'єднані загальними цілями.

Команда та командні методи роботи є сучасним інструментом управління персоналом, що дозволяє організації ефективно виконувати свою місію та досягати поставленої мети [1, с. 89].

Успішна команда – це важка щоденна праця та великі зусилля керівника та його команди.

Процес тимбілдингу ділиться на три складові [2, с. 1532]:

1. Формування та розвитку навичок командної роботи (team skills), є основою системи застосування командного менеджменту.

Сюди можна віднести такі навички:

- гармонізація спільних цілей із персональними цілями;
- прийняття відповідальності за результат команди;
- ситуаційне лідерство (лідерство під завдання) та гнучка зміна стилю відповідно до особливостей завдання;
- конструктивна взаємодія та самоврядування;
- прийняття єдиного командного рішення та його погодження з членами команди.

2. Формування командного духу (team spirit), тобто сукупності психологічних феноменів, що характеризують неформальне ставлення працівників до колег та організації.

Розвиток командного духу є комплексом заходів, спрямованих на:

- посилення почуття згуртованості, формування стійкого почуття «ми»;
- розвиток довіри між співробітниками, розуміння та прийняття індивідуальних особливостей один одного;
- створення мотивації на спільну діяльність;
- створення досвіду високоефективних спільних дій;
- підвищення неформального авторитету керівників;
- розвиток лояльності учасників програми по відношенню до організації.

3. Формування команди (teambuilding) – механічні дії з підбору, оптимізації структури команди та функціонально-рольового розподілу:

- ефективне використання сильних сторін складу команди;
- розподіл ролей у команді для оптимального досягнення результатів;
- формування нової структури при злитті, поглинанні, реструктуризації підприємства;
- створення робочої обстановки для формування проектних команд;
- налагодження горизонтальних зв'язків усередині колективу, регіональних підрозділів.

Формування колективу, який надалі перетвориться на ефективну команду, є послідовною зміною дій керівників вищої та середньої ланки, спрямованих на формування персоналу підприємства.

Для ефективного створення трудового колективу підприємству необхідно забезпечити такі умови:

- всі учасники колективу повинні ясно уявляти цілі спільної роботи;
- організаційна побудова колективу має відповідати завданням, що стоять перед ним;
- функції розподіляються відповідно до вмінь та навичок працівника, на які повинен орієнтуватися керівник та інші учасники колективу;
- у колективі аналізують способи роботи і пробують їх удосконалювати;
- розвинена самодисципліна, що дозволяє добре використовувати час та ресурси;
- тісні відкриті взаємини у колективі та підтримка учасників.

Створення команди – процес тривалий та складний, адже ефективна команда не створюється за кілька днів із випадкових працівників. Виходячи з твердження, що ідея командної роботи сконцентрована на пошуку шляхів для підвищення ефективної спільної діяльності, можна виділити головну мету тимбілдингу – створення умов для підвищення загальної ефективності та зростання продуктивності.

Список використаних джерел:

1. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Дмитренко І. А. Лідерство як феномен сучасного менеджменту. *Економічний простір*. 2020. № 159. С. 88-91.
2. Литвиненко Т., Андрєєва І. Тимбілдинг в організації. *Науковий альманах*. 2015. № 8. С. 1531–1534.

*Петренко В.Р. СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н, доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Економіка України невинно еволюціонує, головним питанням виступає забезпечення стабільного розвитку підприємств. Негативний вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства неможливо уникнути, але можливо знизити до мінімуму, приділити увагу економічній безпеці.

Система економічної безпеки підприємства – це комплекс стратегічних заходів по забезпеченню його стабільного розвитку через створення сприятливих умов, а також нейтралізації і ліквідації зовнішніх і внутрішніх загроз [1]. Економічна безпека є важливою складовою економічної системи, вона допомагає підтримувати її діяльність та стабільне функціонування. Зрозуміло, що для розвитку системи необхідна безпека.

Проаналізувавши ситуацію та стан українських підприємств, які знаходяться під впливом кризових явищ, можна виділити деякі «проблемні зони»: використання застарілих методів; відсутність макро- та мікроменеджменту; складність комунікації між ієрархіями персоналу; простій з утратою прибутку; намагання використання незаконних методів.

Підприємства працюють в умовах невизначеності, тому актуально є впровадження комплексних заходів з підтримання ефективного функціонування системи економічної безпеки підприємства. Заходи з

управління економічною безпекою підприємства повинні ґрунтуватися на таких принципах: комплексність, безперервність, законність, плановість, простота, економічність, взаємодія, централізованість, компетентність, поєднання гласності та конфіденційності, пріоритет заходів попередження (вчасність), табл. 1 [2,3].

Відповідність системи економічної безпеки принципам, які наведені вище, свідчать про її ефективність. Однією з характеристик систем є наявність етапів її формування., система економічної безпеки підприємства має власні етапи формування. З урахуванням сучасних ринкових відносин, дуже важко визначити як саме повинна бути сформована система, щоб вона була простою для розуміння і ефективною для використання.

Таблиця 1

Характеристика принципів організації заходів з управління економічною безпекою підприємства

Принцип	Характеристика
Комплексність	Створення системи безпеки, що сприятиме захищеності підприємства, його майна, персоналу, інформації, різних сфер діяльності від будь-яких небезпек та загроз у внутрішньому та зовнішньому середовищі.
Безперервність	Система безпеки повинна постійно захищати інтереси підприємства в умовах ризику та невизначеності.
Плановість	Сприяє логічним, послідовним діям зі сторони осіб, що виконують роботу, чітко виконуючи покладені на них обов'язки та вирішуючи поставлені перед ними завдання
Економічність	Побудова системи безпеки повинна бути економічно доцільною.
Взаємодія	Всі учасники даного процесу повинні взаємодіяти один з одним.
Простота	Має бути зрозумілою як для керівництва, так і для виконуючого персоналу.
Законність	Впровадження мають відповідати чинному законодавству.
Поєднання гласності та конфіденційності	Система основних заходів безпеки повинна бути відома всім співробітникам підприємства. Однак, цілий ряд способів, сил, засобів, методів забезпечення безпеки повинні бути засекречені та відомі лише вузькому колу осіб.
Централізованість	Перебувати в рамках певного підприємства повинна забезпечуватися функціональна самостійність процесу забезпечення безпеки.
Компетентність	Управління економічною безпекою підприємства повинні займатись компетентні, спеціально навчені особи.
Пріоритет заходів попередження (вчасність)	Система безпеки повинна на ранніх стадіях виявляти різноманітні деструктивні фактори, з метою розробки заходів щодо попередження їх впливу.

Посилаючись на переглянуті статті, розуміємо, що система економічної безпеки підприємства повинна обов'язково включати в себе етапи, які зображено на рис. 1.

Під час реалізації даних етапів пріоритетна увага повинна приділятися другому та п'ятому етапу. Саме вони визначають у якому стані в даний момент знаходиться підприємство і які заходи необхідні для покращення чи підтримання існуючої ситуації.



Рис. 1. Етапи формування системи економічної безпеки підприємства

Отже, забезпечення економічної системи підприємства повинно здійснюватися комплексно, ситуаційно і організаційно для всього підприємства. Оскільки, основною метою системи економічної безпеки є забезпечення стабільної роботи суб'єкта господарювання та попередження чи ліквідація як фактичних, так і потенційних загроз.

Список використаних джерел:

1. Пономарьов В.П. Формування механізму забезпечення економічної безпеки: автореф. дис. канд. екон. наук.: Східноукраїнський державний університет, Луганськ, 2000. 27 с.

2. Управління економічною безпекою підприємства: організаційний аспект. К.А. Фісун, Ю.М. Уткіна. Харків, 2015. 5 с.

3. Voronko-Nevidnycha T.V., Chernikova N.N., Oliinyk A.S. Management technologies of digitalization of business processes in innovative development of enterprises: goals and tasks. Modern Science – Modernívěda. 2021. №6. P. 18-27. <https://sried.in.ua/modernsciencehttps://drive.google.com/file/d/1FF3TvmH0SXOpMmpVauaZiBC5LiaQdjWQ/view>.

*Прокопенко Н.О., Цимбал В. В., СВО Бакалавр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т. В.*

ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов функціонування підприємств агропродовольчої сфери, що характеризуються підвищеним рівнем ризику і невизначеністю, застосування інструментів маркетингу в підвищенні ефективності збутової діяльності є пріоритетною умовою їх успішного розвитку.

Більш того, як зауважують дослідники [1; 3, с. 106] ефективна система збуту сільськогосподарської продукції не тільки забезпечує підприємство короткочасним комерційним успіхом, але і допомагає посилити стратегічні переваги його діяльності. Тому в сучасному світі, в якому виробники розвивають свою діяльність на ринках і досягають економічних ефектів за рахунок масштабів виробництва, вдосконалення збутової діяльності, є невід'ємною частиною розвитку будь-якого підприємства.

Загальновідомо, що в процесі діяльності проблеми збуту вирішуються на етапі стратегічного розвитку підприємства. Йдеться про вибір найбільш ефективних систем, каналів і методів збуту для конкретного ринку.

У свою чергу, виробництво продукції з самого початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найбільш сприятливі умови. Саме тому розробка збутової стратегії має на меті, визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації продукції, що передбачає вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення намічуваних кінцевих результатів [2, с. 312].

Розробка та обґрунтування стратегії збуту передбачає вирішення таких питань, що стосуються агропродукції:

- вибір цільового ринку має бути обґрунтованим з точки зору його можливостей, перспектив споживчого попиту, ступеня задоволення потреб і запитів споживачів, рівня конкурентоспроможності товару на цьому ринку, конкуренції, купівельної спроможності тощо;

- вибір системи збуту та визначення необхідних витрат. Система збуту передбачає наявність у корпоративній структурі таких підрозділів, які займаються реалізацією продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках;

- вибір методів, каналів збуту на ринку, як правило, повністю залежить від характеру продукції.

Тому слід зазначити, що розробці стратегії збуту передують аналіз ефективності існуючої системи збуту, аналіз її загальних і окремих елементів, відповідність організації збутової політики конкретним ринковим умовам господарювання. Крім того, загальна кількість факторів, що впливають на розмір продажів, склад збутової мережі, ефективність реклами та інших засобів стимулювання збуту, правильний вибір ринку, а також коли і як вийти на ринок.

Список використаних джерел:

1. Воронько-Невіднича Т., Афанасьєва А., Сіренко О. (2020). Організаційно-економічні засади досягнення та утримання конкурентних переваг в аграрному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-82>.

2. Земляков І.С., Рижий І.Б., Савич В.І. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 352 с.

3. Кадирус І. Г., Донських А. С., Якубенко Ю. Л. Економічні особливості збутової діяльності аграрних підприємств. *ModernEconomics*. 2019. № 15(2019). С. 102-107. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V15\(2019\)-14](https://doi.org/10.31521/modecon.V15(2019)-14).

*Сотніков В.С., здобувач СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент Воронько-Невіднича Т.В.*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АТКБ «ПРИВАТБАНК»

АТ КБ «ПриватБанк» – найбільший за розмірами активів український банк і лідер роздрібно-банківського ринку України, зареєстрований 19 травня 1992 року з головним офісом у м. Дніпро. Національна мережа банківського обслуговування ПриватБанку, яка включає в себе понад 3000 філій та відділень по всій Україні, дозволяє будь-якому клієнту отримати найвищий рівень обслуговування практично у будь-якому місці країни. Широке коло закордонних партнерів ПриватБанку не лише демонструє його визнання як повноправного учасника світової банківської системи, але й, найголовніше, дозволяє найбільш широко задовольняти потреби клієнтів банку, пов'язані з їх міжнародною діяльністю. ПриватБанк підтримує кореспондентські відносини з найбільшими іноземними банками, ефективно співпрацюючи з ними на різних сегментах фінансового ринку. ПриватБанк є уповноваженим банком з обслуговування кредитних ліній Світового банку реконструкції та розвитку (СБРР), Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) і Українсько-Німецького Фонду, спрямованих на розвиток малого та середнього бізнесу [1].

Джерелами фінансових ресурсів для АТ КБ «ПриватБанк» є:

1. Капітал, що складається з акціонерного капіталу та резервних фондів. З огляду на збитки минулих років, спричинені транзакціями попередніх бенефіціарних власників, банк має накопичений дефіцит, що покривається внесками в статутний капітал.

2. Кошти клієнтів, з яких на кінець 2021 року близько 50% припадало на поточні високодиверсифіковані рахунки, переважно фізичних осіб. Завдяки низькій концентрації клієнтської бази Банк має стійкі поточні пасиви, що забезпечують низьку вартість залучених ресурсів.

3. Кошти міжбанківського ринку та рефінансування НБУ. В своїй політиці управління ліквідністю Банк не спирається на цей вид ресурсів, використовуючи їх лише в виключних випадках та в лімітованому обсязі [2].

Політика управління Банком спрямована на ефективне управління всіма видами ресурсів, поліпшення фінансових показників діяльності Банку а також підвищення вартості його активів. Отже, важливим елементом корпоративного управління є регулярна розробка, розгляд і схвалення стратегії розвитку, а також визначення пріоритетних напрямків діяльності як окремих бізнес-напрямків, так і діяльності Банку в цілому. Як частину системи управління, Банк використовує бюджетне управління і планування, а також систему

контролю виконання планів і оцінки результатів діяльності АТ КБ «ПриватБанк». Внутрішніми нормативними документами Банку встановлюються якісні та кількісні показники діяльності по бізнес-напрямах, що дозволяють оцінити діяльність різних підрозділів АТ КБ «ПриватБанк» [1].

АТ КБ «ПриватБанк» здійснює регулярний моніторинг поточної ринкової вартості застави з метою оцінки її достатності для забезпечення конкретного кредиту. Оцінку застави проводять незалежні компанії – суб'єкти оціночної діяльності, акредитовані в Банку або кваліфіковані внутрішні оцінювачі. Регулярність таких оцінок залежить від виду застави. АТ КБ «ПриватБанк» веде облік кредитних історій клієнтів. Це дозволяє Банку контролювати рівень кредитного ризику шляхом роботи з позичальниками із позитивною кредитною історією.

Список використаних джерел:

1. ПриватБанк. URL: <https://privatbank.ua/> (дата звернення: 31.01.2022).
2. ПриватБанк. URL: <https://file.liga.net/companies/privatbank> (дата звернення: 31.01.2022).

*Щербакова Ю.О., СВО Магістр, спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к.е.н., доцент, Воронько-Невіднича Т. В.*

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна безпека підприємства – це запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) з метою гарантування його ефективного і стабільного функціонування та динамічного соціального розвитку.

Головне завдання суб'єктів забезпечення економічної безпеки підприємства – передбачення і випередження можливих загроз, що призводять до кризового стану, а також проведення антикризового управління, яке спрямоване на виведення підприємства з кризового стану; мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічному стану суб'єкта підприємництва, зокрема його фінансовим, матеріальним, інформаційним, кадровим ресурсам, на основі розробленого комплексу заходів економіко-правового і організаційного характеру (рис. 1).

Базується система управління економічною безпекою на принципах: пріоритетності, комплексності, законності, координованості, компетентності, доцільності, плановості, системності, відкритості.

Управління економічною безпекою підприємства також повинне базуватися на принципах забезпечення її раціонального рівня, який не обмежує можливості прогресивного розвитку системи та одночасно резервує ресурси для підтримки стабільності граничних умов, ураховуючи дуалістичний характер впливу інвестиційноінноваційної діяльності на стан економічної безпеки. Ураховуючи все вищезазначене, необхідно підкреслити, що важливим

елементом та метою ефективного управління економічною безпекою підприємства є забезпечення її раціонального рівня [2].



Рис. 2. Характеристика складових які забезпечують економічну безпеку [1; 2]

Досягнення мети економічної безпеки буде забезпечуватись виконанням ряду завдань, серед яких [1; 3; 4]:

- забезпечення ефективної діяльності суб'єкта підприємництва, насамперед у тих напрямках, які формують для нього економічні переваги;
- захист суб'єкта підприємництва від негативного впливу кримінальних елементів, корупції та протидія втягуванню його в незаконну фінансову діяльність;
- протидія актам недобросовісної конкуренції у взаємовідносинах підприємств, банків з суб'єктами ринку;
- формування економічної інфраструктури суб'єктів підприємництва, забезпечення її цілісності, автономності та стійкості, швидкої адаптації до мінливих умов функціонування;
- формування надійних та довірливих взаємовідносин суб'єкта підприємництва з його партнерами, контрагентами та клієнтами;
- регулювання всіх економічних процесів, що виконуються на підприємстві та запровадження відповідного режиму використання їх ресурсів;
- захист об'єктів інтелектуальної власності суб'єкта підприємництва, особливо тих, які забезпечують конкурентні переваги суб'єкта на ринку;
- забезпечення (найбільш повне) потреб та інтересів працівників суб'єктів підприємництва, підтримка їх виробничої ініціативи, формування фірмового патріотизму;

– моніторинг економічної ситуації у середовищі діяльності суб'єкта підприємництва.

Отже, система управління економічною безпекою підприємства, до складу якої входить сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових, контролюючих і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечує отримання прибутку, розмір якого достатній для знаходження господарюючого суб'єкта в стані економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Управління економічною безпекою підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.: спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; Є.О. Діденко. Київ, 2012. 20 с.

2. Організація та управління системою економічної безпеки підприємства / З.Б. Живко, О.В. Черевко, Н.В. Зачосова, М.О. Живко, О.Б. Баворовська, В.О. Занора. Черкаси, 2019. 120 с.

3. Донець, Л. І., Ващенко Н. В. Економічна безпека підприємства: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2008. 240 с.

4. Воронько-Невіднича, Т., Демиденко, Л., Здоров, В. (2021). Особливості формування та забезпечення кадрової безпеки підприємства. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-57>.

СЕКЦІЯ 4. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 МАРКЕТИНГ

*Бородіна Д. С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т. В.*

ПІДПРИЄМСТВО НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Наразі головною особливістю глобалізації на мікроекономічному рівні є передусім загальна стратегічна орієнтація підприємств на ринки збуту по всьому світі, джерела постачання, а також, на розміщення виробництва в різних країнах. Проблема підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств посідає провідне місце у теорії стратегічного розвитку, оскільки її вирішення забезпечує успішне функціонування підприємств і є основою забезпечення конкурентної здатності держави [1].

Глобинський переробний завод – це інтегрований комплекс, який переробляє сою та випускає високопротеїновий шрот, соєву олію та гранульовану соєву оболонку. Соя затребувана на світовому ринку зернобобова олійна культура. Боби використовують як сировину для багатьох харчових продуктів. Завдяки вмісту білка та інших цінних компонентів, соя визнана недорогим та корисним заміником м'яса та молочних продуктів. Підприємство має сильну управлінську команду та мотивований ключовий персонал з багаторічним досвідом роботи у сфері продовольства і сільського господарства. Завод є добре інтегрованим у виробничий цикл агропромхолдингу та значною мірою забезпечене власною сировиною. На підприємстві встановлено обладнання провідних виробників, яке сертифіковане відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, на підприємстві передбачені потужні системи очищення води та повітря. Види економічної діяльності:

- 10.41;15.4 виробництво олії та тваринних жирів;
- 15.71 виробництво готових кормів для тварин;
- 46.21 оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин;
- 46.33 оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами;
- 49.41 вантажний автомобільний транспорт;
- 68.20 надання в оренду й експлуатацію власного нерухомого майна [2].

Глобинський переробний завод, веде соціально відповідальний бізнес. Допомагає розвивати території, на яких працює. Нині ремонтує тротуари та зупинки поблизу заводу, аби й працівникам, і місцевим жителям було зручно чекати громадський транспорт. На підприємстві близько 200 робітників. Для них створюють безпечні умови праці. Зокрема, впровадили систему блокування пристроїв LOTO, що припиняє подачу енергії до промислових машин або обладнання. В екстракційному цеху олію одержують із сої методом екстрагування за допомогою легкозаймистої сполуки гексану. Тому тут люди працюють лише в одязі з натуральних тканин і не користуються електронними

пристроями. ЧВиконують місію, спираючись на цінності бездоганної ділової репутації, соціальної відповідальності, поваги до гідності людини і синергетичного партнерства з орієнтацією на результат. Розвивають цінність підприємництва, особистої ефективності та прагнення до неможливого, щоб досягти максимального.

У реалізації місії спираються на сильні сторони, такі як:

- бездоганна репутація відповідального та надійного партнера;
- стабільна якість нашої продукції;
- сильний бренд роботодавця.

Глобинський переробний завод має бездоганну репутацію, привабливий для акціонерів та партнерів, який виробляє продукцію найвищої якості для найвибагливіших споживачів і надає можливість ефективної самореалізації кожному своєму співробітнику. Їх призначення – побудувати сильну Україну і зміцнити довіру до неї у світі, розкриваючи і примножуючи потенціал української землі і людей та надихаючи суспільство своїм прикладом ведення бізнесу на принципах чесного партнерства, етики і розвитку. У реалізації своєї місії спираються на сильні сторони, такі як: бездоганна репутація відповідального та надійного партнера; стабільна якість продукції; значна диверсифікація і вертикальна інтеграція бізнесу; сильний бренд роботодавця.

Сталий розвиток компанії забезпечується реалізацією політики корпоративної соціальної відповідальності та неможливий без побудови партнерських відносин із стейкхолдерами. З метою підвищення громадської поінформованості, встановлення конструктивного діалогу із зацікавленими сторонами, вдосконалення процедур, становлення стратегічного підходу до співпраці, розроблено «План взаємодії із стейкхолдерами», засади якого реалізуються підприємствами холдингу. Компанія усвідомлює, що будь-яка організація повинна бути максимально відкритою до своїх стейкхолдерів. Завод керується принципами доступу до публічної інформації всіх ключових стейкхолдерів, зокрема шляхом:

- 1) прозорості та відкритості діяльності;
- 2) вільного отримання та поширення інформації, крім обмежень, встановлених законом;
- 3) рівноправності, незалежно від ознак раси, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак.

Глобинський переробний завод має великі персективи, та можливості, які потрібно використати. Вже сьогодні воно являється одним з провідних підприємств в своїй галузі по країні. Отже, підприємство має досить успішні показники переробки, продажу, збуту, реалізації та забезпечує значні прибутки.

Список використаних джерел:

1. Юрчишина Л.І. Сучасне підприємство та його конкурентні стратегії. URL: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/21646/98-100.pdf?sequence=1> (дата звернення 21.02.2022).
2. Сайт Астарта-Київ. URL: <https://astartaholding.com/page/1/> (дата звернення 21.02.2022).

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Однією з головних рушійних сил революційних змін, що відбуваються сьогодні, в методах ведення бізнесу є інформаційні технології. Вони стали незамінним засобом взаємодії всіх суб'єктів ринку, інструментом ведення бізнесу, що застосовується для здійснення більшості бізнес-процесів компаній. Одним з найважливіших елементів, що є однією з основ сучасного маркетингу, є інтернет. Поява та розвиток інтернету тісно пов'язані з досягненнями багатьох суміжних областей – це розвиток мережевих технологій, і вдосконалення операційних систем, і розвиток мов програмування та багато іншого. За свою історію інтернет пережив багато подій. Поява та розвиток мережі інтернет, удосконалення інформаційних технологій, систем та стандартів їхньої взаємодії призвели до створення нового напрямку сучасного бізнесу – електронного бізнесу [1].

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне з ключових місць зайняв Інтернет, поява та бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку у сучасній концепції маркетингу взаємодії – Інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг (англ. internet marketing) – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, що зачіпає основні елементи маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу та просування. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту [2].

Виникнення інтернету і його подальший розвиток призвело до створення нової окремої складової брендингу – інтернет-брендингу. Це пов'язано з тим, що при порівнянні традиційного ведення бізнесу з особливостями віртуального середовища, інтернет має більш високу ймовірність виникнення нових ринків – він є середовищем, завдяки якому в онлайн-режимі можна отримати конкретні дані про ставлення споживача до бренду, вибудувати систему переваг відвідувачів [3].

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають digital-маркетингом. Він може включати такі частини, як Інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажами. Електронна комерція та Інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до Інтернету і є невід'ємною частиною будь-якої нормальної маркетингової кампанії. Основними перевагами Інтернет-маркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного націлення (відбір цільової аудиторії), можливість «постклік»-аналізу, що веде до максимального підвищення таких показників, як конверсія сайту/ Інтернет-маркетинг включає такі елементи системи, як:

- медійна реклама;
- контекстна реклама;
- пошуковий маркетинг загалом та SEO зокрема;

- SMO та SMM;
- гріямий маркетинг з використанням e-mail, RSS тощо;
- вірусний маркетинг;
- гартызанський маркетинг [2].

Переваги, які надає реклама в Інтернет:

- онлайнна реклама має куди більші вимірювальні можливості, ніж інші види реклами, а це дуже підходить рекламодавцям;
- аудиторія інтернету величезна;
- ціни на інтернет-рекламу зростають, однак це відбувається завдяки впровадженню націлення та інших технік: з їх розвитком рекламодавці вкладатимуть в онлайннову рекламу ще більш охоче.

Звідси можна виділити дві переваги, на нашу думку, найважливіші. Це аудиторія та таргетинг.

Аудиторія – ядро користувачів Інтернету, це платоспроможна аудиторія, до якої досить важко достукатися ТВ-, радіо- та зовнішньої рекламою. Інтернетом користуються багато людей, завдяки чому розриваються межі спілкування і ми можемо запитати думку багатьох незнайомих нам людей, які скажуть правду – їм нічого боятися, Інтернет анонімний. Тому така послуга, як «прихований маркетинг у форумах та блогах», зростатиме і розвиватиметься.

Інтернет – інструмент розваги. Недаремно існує чимало розважальних сайтів. Тому вірусний маркетинг, коли в інформацію, якою користувачі ділитимуться, вставляють рекламне повідомлення, також процвітатиме, проте рівень його підніметься в рази.

Таргетинг. Користувачів у мережі досить легко таргетувати. Соціальні мережі вже продають деякі дані рекламним агенціям. Тобто при вказуванні на користь слова «автомобілі», будуть показувати рекламу автомобілів. Аналізується все: те, які сайти відвідуються людиною, пошукові запити, вік та місце проживання. За допомогою інтернету будь-яка людина, яка є впевненим користувачем ПК, може завести блог та стати засобом масової інформації. Цим не хехтують і компанії, що створюють корпоративні блоги, у тому числі блоги-інсайтери. Ще один плюс у бік реклами в Інтернеті – це щораз жорсткіші обмеження до зовнішньої та телевізійної реклами. Алкогольні та фармацевтичні компанії починають поступово переходити до Інтернету.

Список використаних джерел:

1. Афанасьєва О. П. Інтернет-маркетинг. Опорний конспект лекцій. Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2017. С. 30-35.
2. Гриценко С.І. Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 1 (30). С. 29-31.
3. Дядик Т. В. Брендинг та інтернет-брендинг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/549/532>.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Підвищення якості продукції повинно базуватися на основі розробки комплексної, взаємопов'язаної системи технічних, організаційних, економічних і соціальних та мотиваційних заходів, що забезпечують необхідний рівень якості на всіх стадіях виробництва і споживання продукції. Важливою умовою при їх формуванні є досягнення «господарського ефекту» за рахунок зменшення вартості виробів. На конкурентоспроможність продукції сільського господарства, впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і в взаємозв'язку між собою. На наш погляд, всі фактори можливо об'єднати в п'ять груп: економічні, параметри якості, нормативні, екологічні та маркетингові (рис. 1).

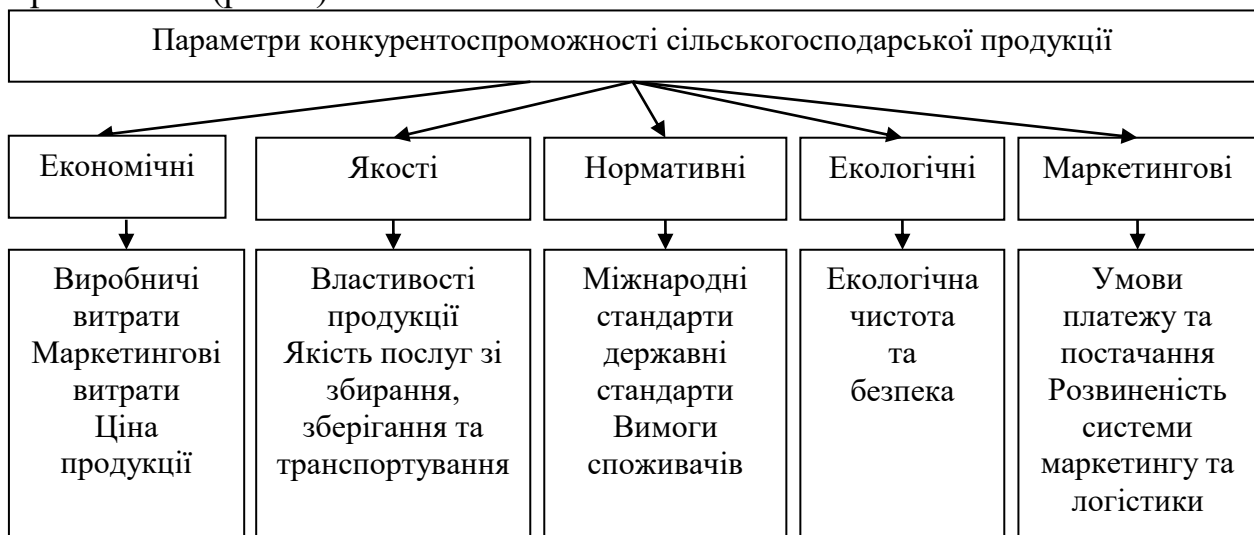


Рис. 1. Головні параметри конкурентоспроможності продукції сільського господарства

На сучасному етапі розвитку суспільства, коли населення прагне до здорового способу життя та вживання кісної і безпечної продукції, стає органічне землеробство. Для України розвиток органічного землеробства є ще й в силу можливості отримання сільськими жителями додаткових доходів від зеленого туризму, базовою складовою якого в усьому світі визнається екологічно орієнтоване фермерство. Органічна сировина для виготовлення органічних продуктів харчування надходить із перевірених джерел: у ґрунт, на якому вирощуються сільськогосподарські культури, протягом 3 років заборонено вносити будь-які речовини хімічного походження. Тільки по закінченню цього, так званого, перехідного періоду продукція отримує статус органічної. Далі органічна сировина надходить до переробних підприємств, де переробляється окремо від традиційної сировини з метою уникнення змішування. Головне тут – кожен етап виробництва знаходиться під суворим

контролем органу сертифікації, який засвідчує дотримання вимог та стандартів органічного виробництва шляхом видачі відповідного сертифікату [1].

Виробництво будь-якого органічного продукту починається з сертифікації землі. Навіть, якщо йдеться про молоко або м'ясо, то в першу чергу, органічний статус мають отримати поля і пасовища, використовувані для ведення тваринництва. Після отримання органічного сертифікату на землю, ферма має право отримати сертифікат і на тваринництво. Згідно вимог до виробництва, наприклад, органічної яловичини та молока не можна використовувати антибіотики, гормони та стимулятори росту, ГМ-корми і ГМ-тварин. Крім того, заборонено утримування корів в тісних стійлах і негуманно поводитися з тваринами. Молоко, отримане на таких фермах, є готовим органічним продуктом або ж органічним сировиною.

У численних дослідженнях фахівці аграрної галузі аналізували вплив органічних методів виробництва продукції на її якість. Порівнювалися якісні ознаки продуктів органічного та традиційного сільського господарства. Проте, досить складно зробити узагальнення на основі результатів окремих досліджень якості, оскільки якість харчових продуктів зумовлена не тільки методом виробництва, але й сортом рослини, місцевістю і кліматичними умовами, де її вирощують, іншими факторами, що впливають на продукт після збору врожаю. Тому наукові узагальнення, які підсумовують та оцінюють результати кількох окремих досліджень, є особливо цікавими та вагомими (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння якості продуктів органічного та конвенційного (традиційного) сільського господарства [2]

Аспекти якості	Тенденція	Примітки
Сполуки з бажаними властивостями		
Вітаміни	Органічні продукти мають невелику перевагу над конвенційними	Вміст вітаміну С у фруктах та овочах, молоці вищий на 5-90 %
Вторинні метаболіти		Вміст поліфенолу у фруктах та овочах, вині вищий на 10-50 %
Сенсорна якість		Менший вміст води може мати позитивний вплив на отримання задоволення від споживання органічних фруктів та овочів
Сполуки з небажаними властивостями		
Нітрати	Органічні продукти мають кращі показники ніж конвенційні	Органічні овочі містять на 10-40 % нітратів менше
Залишки пестицидів	Органічні продукти мають кращі показники ніж конвенційні	В органічних фруктах у 200 разів менші; в органічних овочах у 250 разів менше, ніж у вирощених конвенційним способом
Патогенні мікроорганізми	Органічні продукти мають невелику перевагу над конвенційними	На вміст мікотоксину впливають агрономічні заходи

Для захисту переваг органічного виробництва визначають методи переробки, які гарантують справжню природність та автентичність, через

заміну використання багатьох домішок та речовин для переробки спеціальними формулами та застосуванням високоякісних складових. Головне – органічне сільське господарство є більш вигідним для цілої низки екологічних аспектів, це стосується біологічного різноманіття та ландшафту, ґрунту, води, клімату та повітря, а також споживання енергії.

Список використаних джерел:

1. Оригінальне рішення для органічного сільського господарства. URL: <http://www.netafim.com.ua/organic-agriculture>.
2. Переваги якості органічних продуктів URL: <http://resurs.lviv.ua/perevahy-yakosti-orhanichnyh-produktiv/>.

*Козина Ю.В., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.*

ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПРОМІНЬ-ПРИВАТ»

Товариство займається виробництвом, закупівлею, переробкою, зберіганням та реалізацію сільгосппродукції; розведенням великої рогатої худоби, молочним тваринництвом; розведенням овець, кіз, коней; вирощуванням плодів, ягід та винограду; вирощування зернових та технічних культур та насіння; вирощуванням олійних культур та насіння; вирощуванням картоплі, овочевих та баштанних культур. Проаналізуємо основні показники сільськогосподарської діяльності ТОВ «Промінь-Приват» в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка основних показників сільськогосподарської діяльності ТОВ «Промінь-Приват», 2018-2020 рр.

Показники	Роки			2020 р. до 2018 р., %
	2018	2019	2020	
Виробництво валової продукції (постійних цінах) – всього, тис. грн	39030	36871	35957	92,1
на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн	898	868	846	94,1
на 1 середньооблікового працівника, тис. грн	241	209	213	88,3
на 100 грн виробничих витрат, грн	82	53	50	60,9
Валовий дохід (у фактичних цінах з урахуванням наданих послуг та реалізованої промислової продукції) – всього, тис. грн	49807	58922	70578	141,7
на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн	1147	1386	1661	144,8
на 1 середньооблікового працівника, тис. грн	307	335	418	135,8
на 100 грн виробничих витрат, грн	82	53	50	60,9
Валовий прибуток – всього, тис. грн	6775	5353	10493	154,9
на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн	156	126,1	247	158,3
Рівень рентабельності виробництва, %	12,8	8,8	13	x

Маркетингові дослідження – збирання, оброблення й аналіз даних з метою зменшення ризику і невизначеності, що супроводжує прийняття маркетингових рішень. Для реалізації продукції підприємство може

використовувати різні канали збуту, а саме: продаж державі; самостійно реалізовувати через точки збуту; на торговому ринку; на біржі товарів та послуг; іншим підприємствам; працівникам підприємства; за договірними поставками; за бартерними угодами ті інші.

Маркетингова товарна політика – комплекс заходів, за яких один або кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми. Іншими словами, це розроблення та прийняття рішень щодо створення і просування на ринку товарів підприємства.

ТОВ «Промінь-Приват» має вигідне природноекономічне розташування. Підтримує виробничі зв'язки з переробними підприємствами: ВАТ «Світловодський маслосиркомбінат», ЗАТ «Гадячсир» Шишацька філія та ТОВ «Миргородський сиркомбінат», а також з м'ясокомбінатами – Полтавським і Кременчуцьким, які є центрами реалізації молока та м'яса, що виробляється в господарстві. Продукцію рослинництва ТОВ «Промінь-Приват» постачає агропромхолдингу «Астарта-Київ» та продає по договорах іншим підприємцям. Для чіткої орієнтації підприємницьких структур доцільно всю їх сукупність диференціювати за групами (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація маркетингових досліджень за тематикою і цілями [1]

Об'єкт	Тематика	Мета
Ринки та окремі сегменти	Вивчення потенціалу, структури ринку, кон'юнктури, тенденцій розвитку	Оцінка місткості ринку та цільових сегментів
Макросередовище	Вивчення чинників зовнішнього впливу, що мають найбільше значення	Виявлення можливостей та загроз зовнішнього середовища
Мікросередовище	Вивчення внутрішніх чинників та найближчого ринкового оточення	Ідентифікація сильних і слабких сторін
Конкуренти	Вивчення параметрів товарів-конкурентів, конкурентних статусів, конкурентних дій	Забезпечення підприємству конкурентних переваг
Споживачі	Вивчення купівельної поведінки, мотивації і переваг, вивчення реакції на різні маркетингові стимули	Створення чіткого портрета споживача, формування адекватного комплексу маркетингу
Товар	Вивчення потреб. Якісних параметрів товару	Підвищення конкурентоспроможності товару
Ціни	Вивчення цінової еластичності попиту. Структури собівартості, цінової динаміки	Формування оптимальної цінової політики
Збут	вивчення ефективності різних каналів продажу, умов діяльності посередників	Побудова ефективної збутової мережі, підвищення обсягів збуту
Просування	Вивчення сприйняття бренду, реклами, методів стимулювання збуту	Підвищення ступеня інформованості і міри лояльності до підприємства та продукції

Ціна на продукцію, що реалізується, для підприємства є не тільки чинником, що визначає отримання можливого прибутку, але і однією з найважливіших умов реалізації продукції.

Успішно організована і здійснена робота з маркетингу допомагає оперативніше і своєчасніше виявляти й ліквідувати недоліки у стратегічному плануванні, організації та реалізації комерційної діяльності, а також у системі управління загалом, налагоджувати тісну співпрацю із суспільством.

Список використаних джерел:

1. Ільченко Т.В. Маркетингові дослідження на аграрному ринку України: особливості та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 10. 2016. С. 125-128.

*Магарламова Е.М., СВО Магістр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: д.е.н., професор Писаренко В.В.*

АНАЛІЗ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКОГО ОБ'ЄДНАННЯ

Фермерське об'єднання «Росток» знаходиться в с. Сагайдак Миргородського району. Оскільки селище знаходиться в центральній частині Полтавської області, клімат в ньому визначається як помірно-континентальний, що є сприятливою умовою для вирощування аграрної продукції. Також родючість чорноземів дає додаткову перспективу отримання достатньої кількості урожаю.

Основним видом діяльності ФО «Росток» є вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур. Підприємство займається вирощуванням пшениці, кукурудзи на зерно, соняшнику та сої. Директором ФО є Копиця Олександр Володимирович.

Посівна площа (площа посівів) сільськогосподарських культур – частина ріллі або інших розораних угідь, яка фактично зайнята посівами: озимими, які посіяні восени минулого року та збереглися до закінчення весняної сівби, та ярими культурами під урожай поточного року [1]. Структуру посівних площ ФО «Росток» наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Структура посівної площі у ФО «Росток» Миргородського району, 2018-2020 рр.

Сільськогосподарські культури	2018 р.		2019 р.		2020 р.		2020 р. у % до 2019 р.
	площа, га	питома вага, %	площа, га	питома вага, %	площа, га	питома вага, %	
Пшениця	70	14,61	85	17,75	85	17,75	21,43
Кукурудза на зерно	180	37,59	200	41,77	200	41,77	11,11
Соя	183,85	38,39	146,85	30,67	146,85	30,67	-20,12
Соняшник	45	9,4	47	9,81	47	9,81	4,44
Загальна посівна площа	478,85	100,0	478,85	100,0	478,85	100,0	0

Аналіз даних таблиці свідчить, що посівна площа під пшеницю збільшилась на 21,43%. Посівна площа під кукурудзу та соняшник збільшились відповідно на 11,11% та 4,44%. Посівна площа під сою зменшилась на 20,12%. Найбільшу питому вагу становить посівна площа кукурудзи, а найменшу – сої. Загальна посівна площа не змінилась. Також детальніше дослідити діяльність підприємства нам допоможе аналіз взаємодії ФО «Росток» зі споживачами, наведений у таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка показників взаємодії ФО «Росток» Миргородського району із споживачами, 2018-2020 рр.

Вид продукції	Реалізовано продукції, ц				Грошова виручка від реалізації продукції, тис. грн.			
	2018	2019	2020	2020 р. у % до 2018 р.	2018	2019	2020	2020 р. у % до 2018 р.
Озима пшениця	2666	1542	1490	55,88	1147,0	657,4	640,7	55,79
Кукурудза на зерно	8717	10070	9856	113,06	3014,6	3296,0	3400,3	112,79
Соя	2775	3284	3097	111,6	2701,0	2551,4	2406,1	89,08
Соняшник	1027	1158	1098	106,91	983,6	1046,0	991,8	100,83

Як бачимо, кукурудза є найбільш реалізованою продукцією і, відповідно, саме її продаж приносить підприємству найбільшу грошову виручку. Реалізація озимої пшениці зменшилась на 44,12%. Реалізація кукурудзи, сої та соняшнику збільшилась відповідно на 13,06%, на 11,6% та на 6,91%. Грошова виручка від реалізації озимої пшениці зменшилась на 44,21%, сої на 10,92%. Грошова виручка від реалізації кукурудзи та соняшнику збільшилась відповідно на 12,79%, на 0,83%.

У межах SWOT-аналізу підприємство, з одного боку, виявляє і оцінює власні сильні та слабкі сторони, з іншого – визначає можливості й загрози, які є в зовнішньому середовищі. SWOT-аналіз продукції ФО «Росток» наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

SWOT-аналіз продукції ФО «Росток» Миргородського району

Сильні сторони	Слабкі сторони
Завжди актуальний товар.	Сезонний характер виробництва.
Сприятливі природньо-кліматичні умови для вирощування.	Залежність від погоди і природньо-кліматичних умов.
Відносно дешева сировина.	Невисока ціна на продукцію.
Незначні затрати праці.	Втрати урожаю при збиранні.
Можливості	Загрози
Експорт продукції закордон.	Можливість неврожаю.
Виробництво екологічно чистої продукції.	Перенасиченість ринку, що в свою чергу призведе до зменшення цін на товар.
Використання продукції в якості сировини для виготовлення товарів не сировинного характеру.	Специфічні умови зберігання продукції.

SWOT-аналіз є одним з найпоширеніших методів оцінки середовища – це групування факторів середовища функціонування підприємства на зовнішні й внутрішні, їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства [2].

Проведений SWOT-аналіз продукції дає можливість визначити, що даному аграрному підприємству доцільно зосереджувати увагу на своїх можливостях, а саме на можливості експорту своєї продукції закордон, виробництво еко-продукції і використання своєї продукції і якості сировини.

Проаналізувавши господарську діяльність досліджуваного ФО «Росток» можна сказати що:

- у ФО «Росток» основною галуззю господарства є вирощування зернових та зернобобових культур;
- ФО «Росток» має сприятливі природно-кліматичні умови для ведення сільськогосподарського виробництва;
- підприємству для удосконалення діяльності, слід зосередити увагу на можливостях, які були описані в SWOT-аналізі, зокрема слід зосередити більше уваги на виробництві і розвитку промислової галузі, а також на вирощуванні екологічно чистих видів продукції з можливістю експорту до Європи.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України (держстат) наказ Про затвердження Методики проведення розрахунків основних статистичних показників виробництва продукції рослинництва (Методика, розд.2, гл.1, п.1) 21.07.2017 № 194 (v0194832-17).

2. Балабанова Л.В. Проблеми маркетингового менеджменту в умовах ринкової економіки України. Торгівля і ринок України. Донецьк: Дон ДУЕТ, 2000. Вип. 10. Т. 1.

*Миколаєнко А.С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.*

МЕБЛІ, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ СТВОРИТИ У ВАШІЙ ОСЕЛІ ЗАТИШОК

Магазин ФОП Ткаченко Т.Г. спеціалізується на продажі та виготовленні меблів хорошої якості за доступною ціною. Даний магазин розташований в ТРЦ «Київ», вул. Зінківська 6/1А, м. Полтава. Всі товари мають сертифікат, гарантію на експлуатацію. Вся продукція виготовляється тільки з високоякісних матеріалів, фурнітура використовується від надійних вітчизняних і закордонних фірм. Компанія вже довгий час лідирує на збутових ринках. Користується попитом серед споживачів, має постійних клієнтів та постачальників (меблева фабрика «Просто меблі», «LasCavo», «Мастер форм»).

Кожен споживач намагається віднайти для себе найбільш зручний та вигідний магазин, щоб здійснювати купівлю товарів на постійній основі. Тому

треба провести аналіз діяльності підприємства, щоб бути впевненим у подальшому виборі улюбленого магазину.

Розглянемо переваги та недоліки діяльності магазину ФОП Ткаченко Т.Г. для правильного вибору споживача на таблиці 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки діяльності ФОП Ткаченко Т.Г.

Переваги	Недоліки
Налагоджені зв'язки з громадкістю	Відсутність модернізації інтернет - сайту
Використання високотехнологічного обладнання для виготовлення виробів;	Недостатня кількість працівників
Доступна ціна для споживачів	Малоефективне використання торгівельної площі
Наявність інтернет – сайту для покупців	
Великий вибір продукції	

Для покращення діяльності магазину рекомендуємо:

1. Застосовувати більше рекламної діяльності. Наприклад, використання соціальної мережі;
2. Знаття відеоролику, де показується процес виробництва меблів для зацікавлення нових споживачів та переконання в якості та надійності продукції;
3. Розробка майстер – класу з виточення різних елементів з дерева власноруч споживачами для прикрашання інтер'єру та освоєння техніки;
4. Вихід підприємства на регіональний ринок;
5. Створення нового товару для зацікавлення інвесторів та спонсорів.

В магазині ФОП Ткаченко Т.Г. використовуються методи опитування та спостереження. Метод опитування базується на контакті зі споживачем особисто за допомогою телефону або електронних повідомлень. Метод спостереження безпосередньо базується на спостереганні за клієнтом та обставинами, які виникають в торговому залі. До вторинної інформації відноситься метод моніторинг, який повинен відстежувати та систематизувати вторинну інформацію.

Транспорт являє собою невід'ємною складовою меблевого бізнесу. Адже, він нам допоможе доправити товар до кінцевого споживача, збереже якість продукції та зекономить час та кошти. Обов'язково потрібно правильно зберігати продукцію на складах, дотримуватися нормативів та стандартів. Дослухатися до покупця, робити правки та довершувати свою роботу, щоб потім знайти нових інвесторів та покупців.

Маркетингова товарна політика розробляє новий товар та намагається вивести його на ринок збуту, також досліджує життєвий цикл товарів, визначає рентабельність підприємства та розробляє стратегії, які б покращили роботу магазину. На ринку завжди існує попит та пропозиція, які постійно взаємодіють одна з одною. Зараз попит на меблеві вироби є задовільним, адже магазин ФОП Ткаченко Т.Г. постійно усучаснює, розробляє новий товар та виводить його на ринок збуту.

Список використаних джерел:

1. Зозулев А.В., Солнцев С.А. Маркетингові дослідження. Монографія. Київ, 2008. 643 с.

2. Ковальська Л.Л., Савка Б.Р. Методика оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури регіону. Науковий журнал Луцького національного технічного університету. Луцьк, 2012. № 1(2). С. 71–81.

3. Заяць, Т.А., Пилипенко О.О. Управління маркетингом на підприємстві. Монографія. Донецьк, 2012. 252 с.

4. Кендюхов, О.В., Поспелова Т.В. Маркетингова товарна політика. Вісник УЕП. Донецьк, 2008. 302 с.

5. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань. Видавництво Економічна думка. Тернопіль, 2010. 448 с.

*Ніконова К., СВО Магістр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калюжна Ю.П.*

ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ТОВ «ТЕРМАСТИЛ»

Компанія «ТермаСтил» – це виробнича компанія, що динамічно розвивається, оснащена найсучаснішим виробничим обладнанням і відповідає високим стандартам організації виробництва. На сьогоднішній день підприємство має у своєму розпорядженні виробничі площі більше 10 000 кв. м., що розташовані у м. Полтава. Вся продукція Компанія «ТермаСтил» випускається із сировини найвищої якості провідних світових виробників.

Ступінь різноманітності продукції, що виготовляється окремими підприємствами, визначається з допомогою показників її номенклатури та асортименту. Товарна номенклатура – це систематизований перелік усіх асортиментних груп і товарних одиниць, що пропонується виробником для реалізації. Основними показниками номенклатури продукції окремого підприємства є її ширина, насиченість, глибина і гармонійність.

Товарний асортимент – це певна сукупність, група або перелік товарів різних видів і сортів, об'єднаних за будь-якою ознакою (призначенням, сировині і матеріалам, з яких вони виготовлені тощо), що виконують схожі функції і призначених одним і тим же клієнтам у певному ціновому діапазоні через однотипні торговельні заклади [1].

Для розширення товарного асортименту та доставки певного матеріалу для його розробки партнерами ТОВ «ТермаСтил» є: ТОВ «КРЕАТОР КОМПАНІ» – досвід будівельної компанії базується на реалізованих проектах в сегменті приватного та комерційного будівництва (торгово-розважальних центрів, об'єкти HoReCa, продовольчого та непродовольчого ритейлу, офіси та банківські установи, садиби, котеджі, квартири).

На сьогоднішній день компанія ТОВ «КРЕАТОР КОМПАНІ» сумлінно виконує свої зобов'язання перед своїми партнерами в частині виконання умов контрактів і працює над розширенням пакету замовлень. Металопластикові віконні конструкції Goodwin виготовляються з профільних систем VEKA класу А, які відповідають сучасним вимогам енергозбереження, довговічності, пожеаростійчості і екологічної безпеки.

Віконні конструкції, вироблені Компанією Goodwin, відповідають нормам ДСТУ Б В.2.6-15: 2011 і ДБН В 2.6-31: 2006 Україна. Всі комплектуючі, які використовуються при виробництві світлопрозорих конструкцій, мають необхідні сертифікати якості і відповідають нормам і стандартам якості України. Група Мастерпласт була заснована у 1997 р. і є однією з провідних виробників та дилерів ізоляційних матеріалів в регіоні Центральної та Східної Європи. ТОВ «Термастіл ЛСТК» Мастерпласт почала свою діяльність в 1997 р. у складі 5 людей в м. Секешфехервар. Головний напрямок діяльності – торгівля будівельними матеріалами. Вже в першому році ТОВ «Термастіл ЛСТК» здійснила оборот у 160.000 Євро, що забезпечило подальше стрімке зростання. За наступні два роки, завдяки динамічному розвитку у своїй галузі ТОВ «Термастіл ЛСТК» стала провідною на ринку Угорщини.

Крамниця star» – це потужна та найбільш сумлінна сертифікаційна агенція, яка здійснила сертифікацію понад 500 000 продуктів, які виробляються на більш, ніж 6 000 підприємствах, що знаходяться у 80 країнах світу. Вся продукція ТОВ «Термастіл» випускається з сировини найвищої якості провідних світових виробників. ТОВ «Термастіл ЛСТК» займається виробництвом і будівництвом швидкокомтованих будинків (БМЗ) для сільськогосподарських і промислових потреб, легких сталевих тонкостінних конструкцій (ЛСТК), покрівельних і фасадних матеріалів (металочерепиці, фасадних касет, металевого сайдингу, фальцевих панелей для покрівлі та ін.), а також зварної двотаврової балки.

Прикладом високоякісної продукції є металочерепиця. Металочерепиця «Антиб» – найпопулярніший вид покрівельних елементів, виготовлених з тонколистового металу з поліестеровим і матполіестеровим покриттям. На виробництві, після холодного штампування, сталевий оцинкований лист приймає форму, яка в точності імітує класичну черепицю в стилі властивому середземноморського регіону. Металочерепиця Тревизо своїм зовнішнім виглядом повторяє класичну черепицю характерну для країн Скандинавії, що надає їй високу естетичну привабливість і ексклюзивність.

Металочерепиця Тревизо буде прекрасно прикрашати ваш будинок, так само буде забезпечувати високу ступінь надійності і довговічності вашої покрівлі, так як вона виготовляється з якісної сталі в поліестерового і матполіестеровом покриттях. Основною задачею ТОВ «Термастіл ЛСТК» тут є пропозиція покупцю таких товарів, цінність яких дозволить призначити ціну, що значно перевищує ви-трати виробництва і реалізації. Встановлення цін у довгостроковому періоді у такий спосіб здійснюватиме найбільший вплив на рентабельність компаній та ухвалення багатьох фінансових рішень. Вся продукція Компанія «Термастіл» випускається з сировини найвищої якості провідних світових виробників. Компанія «Термастіл» – лідер українського ринку з виробництва покрівельних і фасадних матеріалів.

Список використаних джерел:

1. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Луцій О.П., Шевчик М.Г., Буряк Р.І., Боняр С.М., Рябчик А.В., Прус О.М., Рафальська В.А. Маркетинг: навчальний посібник. Київ «Наш час» , 2007. 504 с.

HR-МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання інтелектуальні ресурси компанії стають одним з головних ресурсів підприємницької діяльності. Для сучасного підприємства важливість HR-маркетингу це складова успіху по двом основним причинам: сильний бренд роботодавця дозволяє зацікавлювати і залучати з ринку праці кращих співробітників з одного боку; з іншого – репутацію кращого роботодавця цінують і клієнти, адже таке підприємство має персонал, що працює ефективніше, забезпечуючи високу якість продукції та послуг [2].

ТОВ «Промінь-Приват» знаходиться в Миргородському районі Полтавської області. Предметом діяльності Товариства є: виробництво, закупівля, переробка, зберігання та реалізація сільгосппродукції; розведення великої рогатої худоби, молочне тваринництво; розведення овець, кіз, коней; вирощування плодів, ягід та винограду; вирощування зернових та технічних культур та насіння; вирощування олійних культур та насіння; вирощування картоплі, овочевих та баштанних культур; виробництво борошна, круп, комбікормів, макаронних виробів; оптова торгівля; послуги в рослинництві.

У 2017 р. Майкл Бреннер, генеральний директор Marketing Insider Group, написав пророчі слова: «У світі нескінченного вибору засобів масової інформації, кращий спосіб залучити нових покупців та кандидатів може знаходитись у вас під носом. Ваші власні співробітники надають прекрасну можливість для створення маркетингу та розробки програм управління персоналом, які збільшують продажі, а також знаходять та утримують найкращих фахівців. HR – це новий маркетинг?» [1].

Цінності, цілі та стратегія розвитку компанії, фінансовий стан, кадровий потенціал та резерв – внутрішні. При правильному використанні інструментів HR-маркетингу ви зможете з легкістю підлаштуватися під чинники, які на нього впливають. В HR-маркетингу є дві глобальні функції – інформаційна, яка відповідає за збір інформації, та комунікативна. Вона відповідає за спілкування HR-а з кандидатами та наявними співробітниками (табл. 1).

Таблиця 1

Функції HR-маркетингу [3]

Функції	Характеристика
Інформаційна функція	Для реалізації цієї функції потрібно вивчити статистику ринку праці, програми ВНЗ, які вас цікавлять, дані служб зайнятості та соціологічні дослідження.
Комунікативна функція	Передбачає спілкування з потенційними кандидатами та співробітниками. Для реалізації цієї функції HR-фахівець співпрацює з навчальними закладами, виділяє для себе кращих випускників, транслює бренд роботодавця не тільки конкретним особам, а й всьому ринку.

У своїй роботі HR-фахівці використовують стратегії маркетингу, спрямовані на поліпшення бренду роботодавця. Вони позиціонують свою

компанію, як найкраще місце для роботи, щоб залучати нові таланти та утримувати кращих співробітників.

На HR-маркетинг впливають зовнішні та внутрішні фактори. Ситуація на ринку праці, зміни в економіці та професіях, трудове законодавство, потреби кандидатів – це зовнішні фактори.

Створення бренду роботодавця містить 3 важливих кроки:

1. Аналіз. Проведіть аудит ваших кадрових процесів та ідентифікацію роботодавця. Це потрібно, щоб зрозуміти в якому стані ваша компанія та які заходи слід вживати.

2. Бачення результату. Створіть бізнес-план на тему зміцнення бренду роботодавця та залучайте до участі співробітників.

3. Планування. Складіть список різних HR, маркетингових або технічних завдань, які засновані на ваших цілях. Потім визначте пріоритети, щоб створити план дій на найближчі місяці.

Важливо створювати привабливий бренд роботодавця не тільки для потенційних кандидатів, але ще й для своїх співробітників. Є кілька етапів побудови бренду роботодавця для співробітників.

Список використаних джерел:

1. Дашевська А.А., Лук'янова В.В. Інтелектуальний капітал як основа інноваційного розвитку підприємства. Економіка і суспільство. Випуск 19. 2018. С. 362-366.

2. Дядик Т.В. Необхідність HR-маркетингу на сучасному ринку праці. Інфраструктура ринку. №33. 2019. С. 246-253. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/39.pdf

3. HR-маркетинг: що це та навіщо він потрібен: Електроний ресурс: URL: <https://hurma.work/blog/hr-marketing-shho-cze-ta-navishho-vin-potriben/>.

*Стещенко С.В., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т.В.*

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Діяльність підприємств в умовах конкурентного середовища змушує керівників підприємств застосовувати нові методи та інструменти для вирішення окремих економічних завдань та проблем, які при цьому виникають. Один із найбільш ефективних інструментів — система маркетингового дослідження, невід'ємною частиною якої є система ціноутворення. Ці системи перебувають у тісному взаємозв'язку.

Так, система маркетингу вивчає ціни, які діють у країні, чинники, що впливають на них. і може запропонувати різні цінові стратегії для отримання підприємством найбільшого прибутку. З іншого боку, маркетинг перебуває під впливом системи ціноутворення, коли останні впливають на попит споживачів, пропозицію виробників, особливо якщо вважати, що за умов конкурентного

середовища ціни визначаються на підставі тих ринкових законів, які мають об'єктивний характер. Крім того, потрібно також визначити, що в Україні здійснюється державне регулювання цін і з боку держави застосовуються фіксовані та регульовані ціни на окремих товари та послуги [3].

Концепції ціноутворення економічної теорії складають підґрунтя ціноутворення в теорії маркетингу. При цьому, ціноутворення як складова маркетингової діяльності та елемент комплексу маркетингу, набуває нових якісних рис викликаних зменшенням рівня абстракції.

Концепція ціноутворення в теорії маркетингу ґрунтується на «магічному трикутнику» цінової політики Туккера С.Х. (рис. 1).

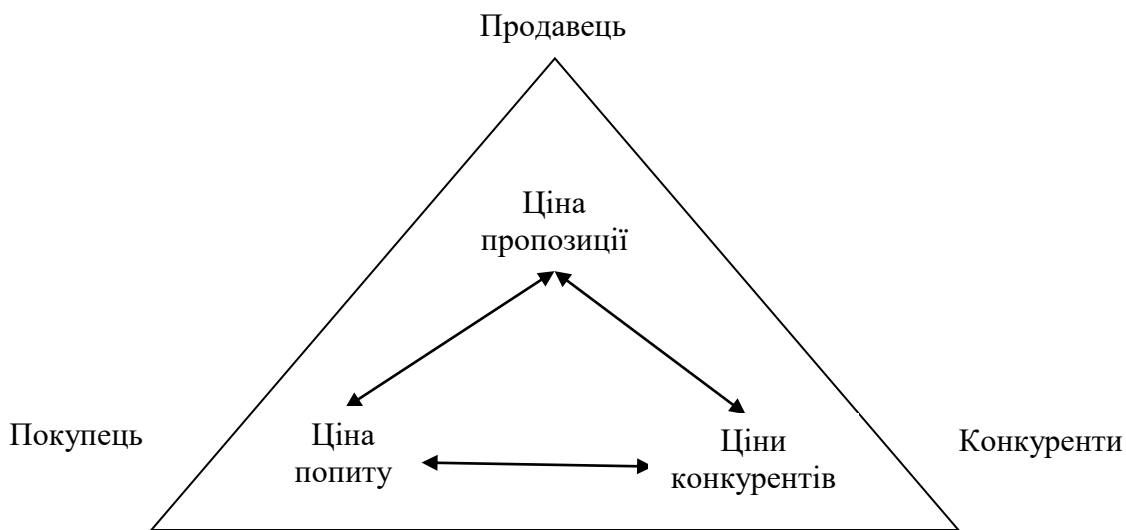


Рис. 1. «Магічний трикутник» цінової політики Туккера С.Х.

На відміну від економічної теорії, де враховується поведінка двох суб'єктів ринку – продавця і покупця, в маркетинговій концепції ціноутворення з'являється третій суб'єкт – конкуренти. Ідеологія «магічного трикутника» полягає в тому, що ціна знаходиться під впливом ціни пропозиції, ціни попиту та ціни конкурентів. Знаходження цінового компромісу між продавцем і покупцем залежить від цілей продавця. Найбільш розповсюдженими є наступні цілі:

- Забезпечення виживання;
- Максимізація прибутку;
- Збільшення ринкової частки;
- Завоювання лідерства за якістю товару;
- Соціальна відповідальність [1].

Головним спонукальним мотивом діяльності підприємства є попит на товари, послуги або інші результати його праці на споживчому ринку. Якщо вироблений товар не реалізовано, то це означає, що виробник зазнає зайвих втрат ресурсів і, відповідно, збитків. В умовах ринкової економіки, коли підприємство є і суб'єктом, і об'єктом ринкових відносин, самостійно вибирає напрями своєї діяльності, розраховує свою стратегію майбутньої діяльності і може існувати тільки за рахунок отриманих доходів, такі втрати означають банкрутство і припинення діяльності підприємства. Але потрібно мати на увазі,

що отримати прибуток за реалізовану продукцію можна тільки за допомогою ціни [3].

Дослідження теоретико-методичних аспектів формування маркетингового ціноутворення дало змогу систематизувати існуючі методи ціноутворення. Одними з найпоширеніших є методи встановлення цін на основі витрат на виробництво та реалізацію продукції. Ці методи ціноутворення переважають на промислових вітчизняних підприємствах і діють як обмежувальний фактор. Ринкові методи коригують установлення цін, враховуючи ціни конкурентів, доходи, смаки і звички клієнтів [2].

Список використаних джерел:

1. Концепція ціноутворення в теорії маркетингу. URL: https://pidru4niki.com/13420108/marketing/kontseptsiya_tsinoutvorennya_teoriyi_marketingu (дата звернення 21.02.2022 р.).
2. Ілляшенко С. Маркетинг і менеджмент інновацій: монографія. 2015. 616 с.
3. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: ДП., 2010. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/279-marketingova-tsnova-poltika-litvinenko-yav.html> (дата звернення 21.02.2022 р.).

*Цирульнікова Ю.С., СВО Бакалавр, спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дядик Т.В.*

КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД DIGITAL- МАРКЕТИНГУ

Зростання соціальних мереж та мобільного інтернету змінило комунікацію, старі моделі взаємовідносин між бізнесом та споживачем змінилися. Споживачі тепер публікують відгуки та діляться своїми думками про товар, тим самим маючи можливість контролювати інформацію, що отримується, а також уникати рекламні повідомлення. Багато компаній, чиєю метою було розповісти про свої продукти та сформувати довгострокові відносини, були змушені змінити свої канали просування та комунікації. Новим методом став контент-маркетинг, який передбачає створення та розповсюдження корисного контенту для існуючих та майбутніх клієнтів [1].

Іншими словами, відмінною особливістю даного методу є перехід від стратегії push-комунікації, коли реклама нав'язується споживачеві, незалежно від його бажань та інтересів, до pull-комунікації, коли споживач сам виявляє інтерес, а продавець у цей момент надає йому таку інформацію про товар та послугу, яка робить споживача більш обізнаним та зацікавленим.

Хоча кінцевою метою компаній, що використовують даний метод, є збільшення продажів, контент-маркетинг замість активних продажів допомагає потенційним клієнтам отримати необхідну інформацію, формуючи позитивний образ компанії як експерт у певній сфері.

Метод контент-маркетингу використовується на всіх етапах шляху покупця, але все ж таки найчастіше на етапі саме залучення. На наступних етапах контент використовується для переконання клієнта вибрати конкретний продукт, ознайомити його з перевагами в порівнянні з іншими, а також допомогти правильно використовувати після покупки [2].

Незважаючи на те, що контент-маркетинг існує в традиційних форматах, наприклад, журнали та брошури, digital-середовище популяризувало цей термін, і він став переважно позначати контент у digital-форматі. Формати, що формують метод контент-маркетингу, дуже різноманітні, найбільш популярними є статті в блогах і пости в соціальних мережах. Ймовірно, їхня популярність обумовлена простотою створення та найменшими витратами при створенні. Компанії з більш складними продуктами вважають за краще використовувати відео як контент.

Стратегія застосування цього методу розробляється як і будь-якого іншого, починаючи з визначення цільової аудиторії та виявлення її основних інтересів і проблем. Проте, цей метод вимагає побудови довгострокового плану розвитку, з описом тем, форматів, каналів та інструментів, оскільки контент-маркетинг не працює як разова рекламна кампанія, а має на увазі безперервну пов'язану комунікацію на задану тематику.

Весь процес реалізації контент-маркетингу можна розділити на 3 етапи:

1. Створення та управління. Цей етап має на увазі пошук теми та формування історії, яку потрібно розповісти, вибір формату цієї історії, а також формування команди для реалізації.

2. Конвертація та моніторинг. Наступний крок – це повідомлення створеного контенту до необхідної аудиторії та оцінка її реакції.

3. Оцінка та навчання. Цей етап має на увазі оцінку результатів, на підставі яких можна буде зрозуміти свої помилки та виправити під час створення наступного контенту. Варто зазначити, що для оцінки, ще на етапі розробки стратегії, необхідно визначити мету та вибрати показники, за якими визначатиметься ефективність.

Отже, саме трансформація digital-середовища та поведінка покупців у ній формують нові канали інструменти та методи маркетингу. На сьогоднішній день, контент-маркетинг став найбільш популярним та ефективним методом для залучення та утримання клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 240 с.

2. Траут Дж., Рівкін Ст. Диференційоюся або помри / пер. з англ. Я. Машико. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 240 с.

СЕКЦІЯ 5. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 076 ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

*Бабич А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.т.н., доцент Калашник О.В.*

АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Рослинництво є комплексною основною галуззю сільського господарства, її продукція становить більше половини валового виробництва продукції сільськогосподарського виробництва [1, с. 124].

Завданням господарств, що займаються вирощуванням сільськогосподарських культур і в яких для цього є найбільш сприятливі ґрунтово-кліматичні та економічні умови, полягає в раціональному використанні виробничого потенціалу шляхом впровадження інтенсивних технологій, наукових форм організації виробництва і праці, всього комплексу досягнень науково-технічного прогресу з метою забезпечення виробництва високоякісної продукції в кількості, що забезпечує населення продуктами харчування, промисловості – сировиною за нормативних затрат праці і коштів.

Фермерське господарство «Бабич В.Г.» було засноване 18 січня 2007 р. відповідно до Закону України, розташоване в селі Покровське Решетилівського району, Полтавської області. Головним завданням приватного підприємства є забезпечення науково-технічного прогресу в сільському господарстві, вирощування та реалізація високоякісної сільськогосподарської продукції. Основний вид діяльності підприємства – це вирощування зернових, бобових та насіння олійних культур.

Проведений аналіз землекористування досліджуваного підприємства, дає можливість стверджувати, що за досліджуваний період площа сільськогосподарських угідь збільшилася на 45,37 га. Так у 2018 р. вона складала 134,14 га а в 2020 р., ця площа становить 179,51 га. Площа ріллі також зросла на 45,37 га і в 2019 р. становить 179,51 га.

Провівши аналіз показників ефективності сільськогосподарського виробництва, слід відмітити, що вартість основних та оборотних фондів зросла на 730,6 та 702,1 тис. грн. Рівень фондозабезпеченості протягом 2018-2020 рр. зменшилась на 0,7% внаслідок збільшення вартості основних виробничих фондів. Рівень фондоозброєності праці у господарстві зросла і клала у 2020 р. 491,9 грн, на середньорічного працівника, що є наслідком зростання вартості основних виробничих фондів. Фондовіддача знизилась на 50% , а фондоємність зросла на 75%.

В господарстві проводяться дослідження товароруку і продажів проводиться з метою визначення найбільш ефективних шляхів, методів

швидкого доведення товару до споживача і його реалізації. [2, с. 66]. Головним об'єктом вивчення є торгові канали, посередники, продавці, форми і методи продажу, витрати звернення. Дослідження цін спрямоване на визначення рівня і співвідношення цін таким чином, щоб отримати найбільший прибуток при найменших витратах.

Планування – це процес визначення цілей і завдань підприємства на певну перспективу та вибір оптимального шляху їх досягнення й ресурсного забезпечення [3, с. 81].

Основним завданням плану є створення передумов для одержання максимального прибутку внаслідок оптимального обсягу випуску продукції при найкращому використанні виробничих ресурсів.

ФГ «Бабич В.Г.» в майбутньому хоче збільшити виробництво всієї продукції. Так реалізацію озимої пшениці планують збільшити на 29800 ц., кукурудзи на зерно на 85000 ц, сої на 9800 ц, соняшнику на 5400 ц. Для збільшення врожаїв та ефективності виробництва в ФГ «Бабич В.Г.» необхідно впровадити ресурсозберігаючі технології вирощування культур. Вони дають змогу одержувати високі врожаї культур за менших витрат добрив, палива, та інших ресурсів. При веденні сільськогосподарського виробництва завжди існують резерви збереження продукції. Тому крім досягнення зростання урожайності за допомогою інтенсивного ведення господарської діяльності, варто звернути більшу увагу на резерви підвищення виробництва продукції.

Отже, внаслідок оптимізації посівних площ сільськогосподарських культур досліджуване підприємство отримає додатковий економічний ефект.

Список використаних джерел:

1. Зінченко О. І., В. Н. Самійленко, М. А. Білоножка. Рослинництво. К.: аграрна освіта, 2001. 591с.
2. Руснак П.П., Жабка В.В., Рудий М.М., Чалий А.А. Економіка сільського господарства. К.: 2002.
3. Зрібняк Л.Я., Ільчук М.М., Коновал І.А. Організація і планування сільськогосподарського виробництва. К.: ЗАТ «Нічлава», 2004.

*Братішкіна К.І., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Писаренко С.В.*

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ЛОГІСТИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В даний час логістика набуває все більшого значення для стабільної та ефективної роботи підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності. Крім того, вона передбачає планування, організацію і контроль руху матеріальних та інформаційних потоків в просторі і в часі на шляху від первинного джерела сировини і матеріалів, внутрішньо фірмової їх переробки до виготовлення готової продукції та доведення її до споживача.

Отже, ефективність логістики може бути досягнута в разі дотримання термінів постачання потрібних і якісних товарів та послуг, у потрібний час, у потрібне місце, в необхідній кількості (ключові аспекти логістичних операцій); дотримання умов постачання щодо відповідності продукції передбаченим стандартам (технічним умовам) і щодо форми платежу; спроможності підприємства своєчасно надавати клієнтам інформацію стосовно готовності виконання замовлення на будь-якому проміжку часу з моменту укладання договору до моменту його завершальної стадії; здатності оптимізації логістичних витрат та економічних потоків у логістичних ланцюгах.

Враховуючи заходи по мінімізації витрат та оптимізації виробництва товарної продукції доцільно визначити точку беззбитковості ТОВ «Промінь-Приват» після їх реалізації (табл. 1).

Таблиця 1

Прогноз зміни попиту на продукцію ТОВ «Промінь-Приват» після введення системи гнучких цін

Вид продукції	Попит до введення системи, одиниць	Виручка від реалізації до введення системи, тис. грн.	Попит після введення системи, одиниць	Виручка від реалізації після введення системи, тис. грн.
Пшениця озима	1567	1997,0	2037	2276,7
Ярий ячмінь	1118	1118,0	1286	1127,8
Кукурудза на зерно	1015	812,0	1208	847,5
Всього	3700	3927,0	4531	4252,0

$$Q_B = 1956 \times 4252 / 4252 - 2100 = 3866$$

Отже, при обсязі реалізації товарів на 3866 грн. підприємство досягне своєї точки беззбитковості. Перевищення даного порогу означатиме отримання прибутку, зниження – збиткову діяльність (рис. 1).

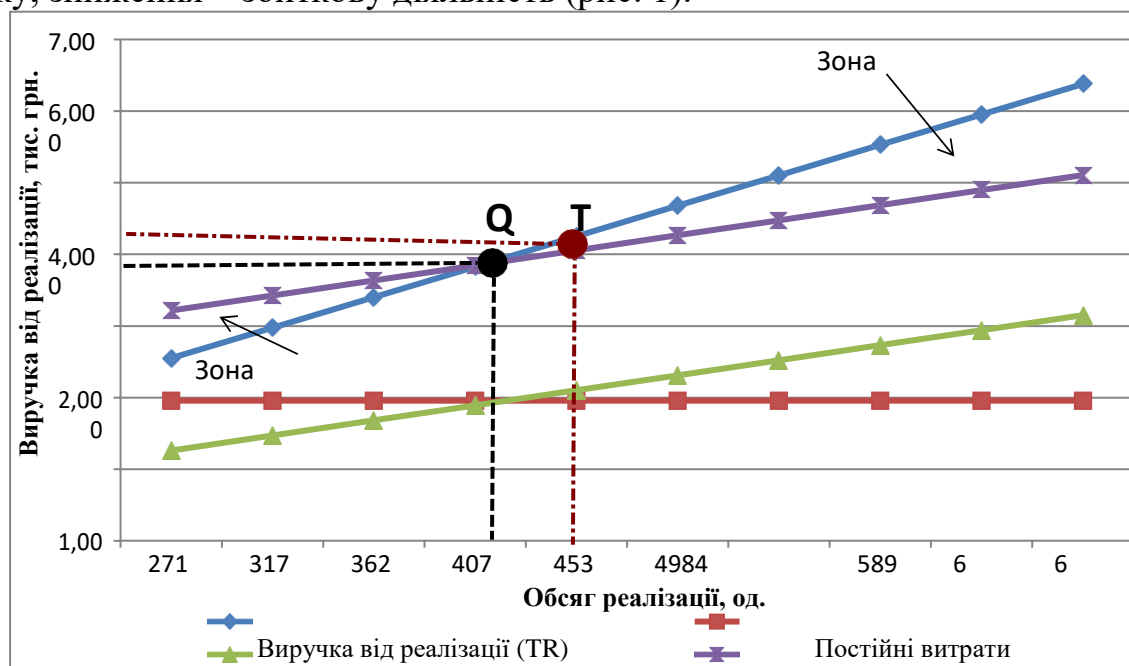


Рис. 1. Точка беззбитковості після реалізації запропонованих заходів

Доцільно також визначити, якою буде точка беззбитковості у кількісному вираженні, тобто який обсяг реалізації дасть змогу підприємству вийти в нуль. Необхідний обсяг виробництва продукції для досягнення критичної точки становитиме 4120 од. (1956/938-464). Як бачимо з рисунку, внаслідок запропонованої програми підприємству вдалось перейти із збиткової зони в зону прибутку. Хоч спочатку планувалось вивести ТОВ «Промінь-Приват» до рівня беззбитковості, результати програми виявились значно ефективнішими.

Якщо з новим обсягом випуску та змінними витратами для досягнення точки беззбитковості слід було досягти рівня виручки від реалізації в обсязі 3865,5 тис. грн. і кількісних обсягів реалізації у розмірі 4120 од, підприємству вдалось перевищити цей показник. В результаті проведених змін у маркетинговій політиці виручка від реалізації склала 4252 тис. грн, а кількісний обсяг реалізації досягнув відмітки в 4531 од.

Список використаних джерел:

1. Корнієцький О.В. Значення логістики для агропромислового комплексу. Електронний журнал «Ефективна економіка». №.8. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4240>.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. К.: КНЕУ, 2013. 779 с.

*Вишар О.Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.*

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах реформування національної економіки України та розвитку ринкових відносин перед керівниками сільськогосподарських підприємств постають все більш складні завдання. Саме логістика дає змогу пов'язати економічні інтереси виробника продукції та її споживача. У міру виникнення і розвитку нових організаційних форм, що реалізують процеси руху товару, все більшого значення набувають інтеграційні форми управління та координації, забезпечення логістичних процесів взаємодії підприємств-виробників, споживачів, посередників, складів і транспорту [1].

Логістична діяльність – це один з основних видів господарської діяльності, що пов'язаний із плануванням, організацією, управлінням та контролем матеріальних і супутніх їм потоків у процесі їх переміщення від місця виробництва до місця споживання за допомогою послідовного та взаємоузгодженого в часі й просторі виконання логістичних активностей [3, с. 292].

Логістичний підхід ґрунтується на ідеї наскрізного управління матеріальними потоками, сервісного обслуговування та функціонування

складського господарства, що покладено в основу логістичної діяльності. Загальною метою логістичного управління є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх та опосередкованих учасників усіх бізнес-процесів.

Саме логістика дає змогу пов'язати економічні інтереси виробника продукції та її споживача. У міру виникнення і розвитку нових організаційних форм, що реалізують процеси руху товару, все більшого значення набувають інтеграційні форми управління та координації, забезпечення логістичних процесів взаємодії підприємств-виробників, споживачів, посередників, складів і транспорту.

В економічній і науковій літературі закордонні спеціалісти виділяють два принципових напрями у визначенні логістики. Один із них пов'язаний з функціональним підходом до товароруху, тобто управління усіма фізичними операціями, які необхідно виконувати при доставці товарів від постачальника до споживача.

Другий напрям характеризується більш ширшим підходом: включає аналіз ринку постачальників і споживачів; координацію попиту та пропозиції на ринку товарів і послуг, а також здійснює гармонізацію інтересів учасників процесу товароруху [2, с. 91].

Розглядаючи логістичну діяльність сільськогосподарських підприємств як практичну реалізацію комплексних логістичних функцій, які поділяються на логістичні процеси та логістичні операції, потрібно відзначити, що застосування науково-методичного інструментарію й практичних досягнень логістичної науки в аграрній сфері ускладнено специфікою та особливостями сільського господарства.

Логістичний процес на сільськогосподарському підприємстві можна представити у вигляді ланцюга з трьома ланками «постачальник – сільськогосподарське підприємство – споживачі», якими рухаються два взаємопов'язані потоки: інформаційний (збір й обробка інформації, коли самі матеріальні потоки ще відсутні) та матеріальний (транспортування вантажів, складування, перевантаження тощо).

Логістика включає принципи та методи, які дають змогу планувати, контролювати й управляти операціями, що виникають у процесі транспортування сільськогосподарської продукції до споживача відповідно до вимог.

Виявлено, що логістика з позицій бізнесу є інтегральним інструментом менеджменту, який сприяє досягненню стратегічних, тактичних або оперативних цілей організації бізнесу за рахунок ефективного, з точки зору зниження загальних затрат і задоволення вимог кінцевих споживачів до якості продукції і послуг управління матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми потоками інформації і фінансових засобів [4].

Побудова ефективного механізму управління логістичною системою підприємства переслідує мету оптимізувати та вдосконалити наявну логістичну систему як у перспективі, так і в реальному часі. Лише ретельне дослідження функціональних сфер логістичної системи, чітке формулювання завдань,

поставлених перед створеною на підприємстві логістичною системою та розуміння поставлених цілей перед її розробниками дають можливість створити ефективну логістичну систему й ефективний механізм управління нею

Отже формування логістичних систем на сільськогосподарських підприємствах є вимогою часу і сприяє вирішенню важливого питання, яке полягає у скороченні витрат діяльності. Саме тому активізація логістичної функції спонукає до реалізації можливостей не лише виробництва, а і зберігання та транспортування сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел:

1. Банько В.Г. Логістика. К.: КНТ, 2007. 332 с.
2. Смирчинський В. В., Смирчинський А. В. Основи логістичного менеджменту. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 239 с.
3. Сумець О. М. Змістовний аналіз дефініції «Логістична діяльність». *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 4. С. 292.
4. Фролова Л.В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством. Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. 322 с.

*Гаряга Р.О., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.*

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Орієнтація вітчизняного аграрного сектора економіки України спрямована на створення сприятливих умов для інвестиційно-інноваційного розвитку та формування продовольчої безпеки. Необхідність ефективного використання основних засобів, виникає у контексті пошуку шляхів зниження виробничих витрат, які впливають на результативність господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. Залежність процесу виробництва від матеріальної основи вимагає дієвих підходів щодо ефективного формування і використанні основних засобів на інноваційній основі [1].

Забезпечення високих темпів розвитку сільськогосподарських підприємств та підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсивного відтворення і раціонального використання основного капіталу. Показники відтворення основного капіталу характеризують процес його руху і технічний стан, що безпосередньо впливає на ефективність використання засобів праці. Розвиток підприємства, темпи зростання виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення продуктивності праці залежать від оснащеності підприємства основним капіталом (табл. 1.).

Показники табл. 1. свідчать про те, що у структурі основних засобів найбільшу вартість складають будівлі та споруди – 20,7 млн. грн., відповідно 16 млн. грн. та 11 млн. грн. – вартість будинків та споруд, машин та обладнання.

Фондозабезпеченість досліджуваного підприємства зростає на 10,3 %, фондоозброєність праці також має тенденцію до зростання – 7,5 %. Норма прибутку у 2018 р. становила 9,4 %, а в 2020 р. – 2,7 %, що говорить про стрімке зменшення, в результаті аналізу ефективності використання основних засобів виявлено стрімке зменшення фондорентабельності, що говорить про неефективне використання основних засобів.

Таблиця 1

**Динаміка ефективності використання основних засобів
ТОВ «ГАРАНТ-2005» Полтавського району, 2018-2020 рр.**

Показники	Роки			2020 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	+,-	%
Наявність основних засобів на кінець року – всього, тис. грн	10606,0	11807,0	11623,0	1017,0	109,6
у т. ч.: будинки, споруди та передавальні пристрої	6089,0	6310,0	5507,0	-582,0	90,4
транспортні засоби	535,0	875,0	883,0	348,0	165,0
інструменти, прилади, інвентар	3982,0	3835,0	3834,0	-148,0	96,3
інші основні засоби	0,0	787,0	1399,0	1399,0	x
Фондозабезпеченість, тис. грн	461,9	538,1	509,3	47,4	110,3
Фондоозброєність, тис. грн	57,4	63,9	61,7	4,3	107,5
Фондомісткість, грн	1,08	1,03	0,88	-0,19	82,0
Фондовіддача, грн	0,93	0,98	1,13	0,20	122,0
Коефіцієнт зростання вартості основних засобів	x	1,11	0,98	x	x
Норма прибутку, %	9,4	2,8	-2,7	-12,1	x
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,5	0,5	0,5	0,0	x
Фондорентабельність, %	17,9	5,1	-5,1	-23,0	x

Отже як висновок, слід відмітити, що в підприємстві необхідно приділити особливу увагу на зростання даного показника, на основі впровадження оновлення та модернізації устаткування; ефективнішого використання виробничих приміщень установленням додаткового устаткування на вільній площі; ліквідації зайвого й малоефективного устаткування. Підвищення ефективності використання основних засобів підприємств є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства та його конкурентоспроможність на ринку [2].

Досить істотні резерви ліпшого екстенсивного та інтенсивного використання основних засобів можна реалізувати з допомогою освоєння у стислі строки проектних показників, введення в дію нових технологічних агрегатів, ліній, устаткування. За даними вибіркового обстеження кількості підприємств різних галузей промисловості та будівництва, середній фактичний період освоєння виробничих об'єктів становить 5-6 років.

Проте технічно та економічно обґрунтовані розрахунки свідчать про реальну можливість досягнення проектних показників виробничих об'єктів на підприємствах добувної промисловості за півтора-два роки, а обробної – за один рік і навіть швидше. За умов ринкової економіки процес господарювання

в цілому має передбачати достатні економічні стимули для забезпечення ефективного використання основних засобів, усього майна підприємств. Дійова система таких колективних та індивідуальних економічних стимулів на підприємствах різних галузей народного господарства України поки що перебуває тільки на стадії становлення й розвитку.

Список використаних джерел:

1. Мордвінцева Т.В. Основні засоби підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2013. №2. С. 90-94.
2. Омельченко Л. Механізм оновлення основних виробничих фондів підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2002. Вип. 125. С. 25-29.

*Глуценко В.В., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.*

ТРУДОВІ РЕСУРСИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ УПРАВЛІННЯ

Забезпеченість підприємства необхідним трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності функціонування аграрного підприємства. Сьогодні трудові ресурси виступають визначальним елементом у досягненні конкурентних переваг на сучасному економічному рівні.

В умовах ринкової економіки трудові ресурси аграрних підприємств виступають рушійною силою, оскільки така робоча сила має вартісну оцінку і є конкурентною на ринку праці [1, с. 84]. Трудові ресурси – надзвичайно важливий і особливий вид економічного потенціалу сільськогосподарського виробництва, оцінка якого визначається чисельним складом працівників, що володіють професійними навичками та знаннями, що використовуються у складному господарському процесі товаровиробника.

Трудові ресурси виступають капіталом, якщо він сформований завдяки освітньо-професійному рівню, відповідності кваліфікаційних знань і містить фізичні та інтелектуальні здібності, що є підставою для його накопичення та розвитку з можливістю віддачі у вигляді доходу. При цьому специфічністю віддачі трудових ресурсів є те, що вони можуть бути використані у певному місці та визначені за часом. Визначальними передумовами формування та використання трудових ресурсів як складової сукупного капіталу аграрного підприємства є соціально-економічні і демографічні аспекти його функціонування, виходячи із розвитку тенденцій ринкової економіки.

Ефективність у широкому розумінні – це загальна результативність людської діяльності. Вона відображає співвідношення одержаного корисного результату та обсягу витрачених на це ресурсів. Таким чином, ефективність

праці відображає співвідношення обсягу вироблених матеріальних або нематеріальних благ та кількості затраченої на це праці. Тобто, зростання ефективності праці означає збільшення обсягу вироблених благ при тих самих або менших витратах праці.

Виділяють такі показники використання трудових ресурсів підприємства, як: середньооблікова чисельність робітників, зайнятих на підприємстві, рівень зайнятості фізичною та розумовою працею, інтенсивність праці, число відпрацьованих днів. Показник продуктивності праці на підприємстві є основним показником інтенсивності праці, за допомогою якого, на її думку, можна судити про ефективність використання трудових ресурсів. Показники забезпеченості та ефективності використання трудових ресурсів ВСК «Злагода» представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка забезпеченості та ефективності використання трудових ресурсів ВСК «Злагода», 2016-2020 рр.

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р., %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Середньорічна чисельність працюючих, осіб	263	253	226	203	192	73,0
Чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві – всього, осіб	239	230	205	185	174	72,8
з них задіяні у: рослинництві	133	130	105	96	94	70,7
тваринництві	106	100	100	89	80	75,5
Відпрацьовано за рік, тис. люд.-год.	504,25	505,79	512,58	460,41	435,1	86,3
у т. ч.: в рослинництві	117,04	114,40	92,40	84,48	85,3	72,9
в тваринництві	387,21	391,39	420,18	375,93	349,8	90,3
Виробництво валової продукції у постійних цінах 2016 р. на 1 працівника, тис. грн	274,84	295,89	424,44	476,11	419,3	152,6
Одержано прибутку (збитку) на 1 працівника, тис. грн	24,62	-13,82	27,27	-99,99	104,8	425,7
Витрати на оплату праці, тис. грн	12921,0	16316,0	18409,0	20688,0	18735	145,0
Середньомісячна заробітна плата 1 працівника, грн	4095,6	5374,2	6803,0	8492,6	8131,5	198,5
Коефіцієнт використання нормативу часу	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	100,0
Припадає на 1 працюючого у сільському господарстві, га: сільськогосподарських угідь	16,63	17,28	19,39	20,46	21,76	130,8
ріллі	16,63	17,28	19,39	19,62	20,85	125,4

Проаналізувавши показники динаміки забезпеченості та ефективності трудовими ресурсами ВСК «Злагода» слід зауважити, що середньорічна чисельність працюючих за досліджуваний період зменшилася на 71 особу.

Чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві то у 2016 р вона становить 239 осіб, а 2020 р. 174 особи, що менше на 65 осіб.

В рослинницькій галузі кількість працівників більша ніж в тваринницькій. Виробництво валової продукції у постійних цінах 2016 р. на 1 працівника у 2016 р. становила 274,84 тис. грн., а в 2020 р. 419,3 тис. грн (52,6 %). Середньомісячна заробітна плата 1 працівника за досліджуваний період також зросла із 4095,6 грн, до 8131,5 грн (98,5 %). Коефіцієнт використання нормативу часу за досліджуваний період не змінився, та становить 0,96 відповідних пунктів.

Список використаних джерел:

1. Кучинська О.О. Вплив інтеграційних процесів на економічну активність населення, зайнятість та ринок праці. *Економіка та держава*. 2008. № 3. С. 82-85.

Дашко Е.О., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кожне аграрне підприємство, виходячи з власних потреб, виробленої стратегії і взятих на себе зобов'язань (укладених угод), розподіляє вироблену продукцію. В певних пропорціях воно спрямовує її на виробничі потреби для наступного циклу розширеного відтворення (кормів, насіння, садивного матеріалу, відтворення стада тощо), на громадське харчування і забезпечення продуктами дитячих ясел і садків, на оплату праці натурою і, нарешті, на продаж [1].

Продукція, що продана підприємством заготівельним організаціям, переробним підприємствам, на біржах, на експорт, на сільських ринках, безпосередньо своїм працівникам та іншим громадянам, а також використана на обмін за бартерними угодами, називається товарною.

Отже, товарна продукція – це та частина валової продукції, яка реалізована за межі підприємства різним споживачам. Вона визначається в натуральній і вартісній (грошовій) формах. На кожному підприємстві вартість товарної продукції розраховується за поточними цінами реалізації, рівень яких залежить від каналу і строків реалізації продукції, її якості, кон'юнктури ринку та інших факторів.

В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення

ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати [2].

Реалізація продукції – важлива заключна стадія кругообігу коштів підприємства. Від того, як організована система реалізації продукції, залежить неперервність виробничого процесу, оборотність оборотного капіталу, результати фінансово-господарської діяльності, рентабельність підприємства [3].

Грошові надходження від продажу товарної продукції називають грошовим доходом або грошовою виручкою підприємства. Це – важливий показник господарської діяльності, на основі якого визначають прибуток по кожній галузі і підприємству в цілому. За інших однакових умов воно матиме тим більший прибуток, чим більший грошовий дохід одержано від реалізації продукції, і навпаки.

Для виробничих підрозділів сільськогосподарських підприємств характерною є внутрішньогосподарська спеціалізація, яка визначається структурою його грошових надходжень від реалізації товарної продукції (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка складу і структури товарної продукції ДП «ДГ «Степне»
Полтавського району, 2016-2020 рр**

Галузі й види продукції	Продано в сер. за 2016-2020 рр., ц	Вартість товарної продукції, тис. грн	Структура, %	Місце продукції
Продукція рослинництва - всього	х	7463,7	48,3	х
у тому числі: зернові та зернобобові - всього	33716,60	3539,9	22,9	х
з них: пшениця озима	15418,20	1584,2	10,2	3
гречка	54,00	19,3	0,1	13
кукурудза на зерно	12599,80	1351,6	8,7	4
ячмінь ярий	4141,60	395,1	2,6	6
горох	292,40	31,1	0,3	9
овес	215,80	19,1	0,1	12
інші зернові та зернобобові	994,80	139,6	0,9	11
соняшник	9480,80	2694,5	17,4	2
соя	4433,20	1047,5	6,8	5
Продукція тваринництва – всього	0,0	8003,1	51,7	х
великої рогатої худоби	155,00	180,4	1,2	8
свиней	822,80	1047,8	6,8	5
молоко	27112,60	6741,8	43,6	1
мед	13,16	33,07	0,2	10
Всього по господарству	х	15466,8	100,0	-

Аналіз показників табл. 1. дає можливість зробити наступні висновки. В досліджуваному підприємстві ведеться виробництво різних видів продукції, як

рослинницької галузі так і тваринницької. В переліку динаміки складу і структури товарної продукції перше місце посідає виробництво молока та становить 43,6%, на другому місце виробництво соняшнику 17,4 %, на третьому місці виробництво озимої пшениці – 10,2 %. Такий аналіз дає можливість сформулювати виробничий напрямок досліджуваного підприємства, як молочно-зерновий.

Список використаних джерел:

1. Мельник, В. І. Механізм регулювання виробництва та реалізації продукції підприємства. Харків. 2002.
2. Рибалкін, В.Г., Мамічева Л.Д. Механізм і форми реалізації акціонерної власності. *Економіка України*. Київ. 1999.
3. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства. Київ: Знання. 2005.

Драб А.М., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРА

Ресурсний потенціал – це сукупність елементів, які нагромаджені підприємством для здійснення господарської діяльності та зумовлюють можливість його функціонування й розвитку. Саме ресурсному потенціалу відводиться значна роль у забезпеченні системи економічної безпеки підприємства. Так, С. Філіппова, О. Дашковський при дослідженні даного питання, обґрунтовують наступну структуру ресурсного потенціалу: матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові ресурси, методи управління та організації ефективного використання ресурсів підприємства [3].

Основу поняття категорії ресурсний потенціал, становить загальна категорія ресурси. Термін «ресурс» – означає запас, джерело. До ресурсів зараховуються запаси та джерела сировини, матеріалів, майно та грошові кошти, праця.

Ресурси – це сукупність матеріальних і нематеріальних елементів, які прямо чи опосередковано беруть участь у виробничому процесі.

Особливістю категорії ресурси є їхня відтворюваність, яка здійснюється як у формі споживчої вартості, так і у формі вартості. Процес функціонування підприємств постійно вимагає залучення нових ресурсів. Термін «потенціал» (лат. – сила) – можливість, здатність, сила, що існує в прихованій формі і може виявлятися за певних умов.

Отже, потенціал – це сукупність ресурсів і можливостей, які можуть бути використані підприємством для досягнення певних цілей.

Елементами ресурсного потенціалу підприємства є природні об'єкти, майно та джерела формування майна, персонал, система управління, що

забезпечують господарську діяльність. Ресурсний потенціал має моментний характер, як сукупність всіх його об'єктів необхідних для забезпечення господарської діяльності.

Ресурсний потенціал підприємства необхідно розглядати як систему, яка складається з підсистем різного порядку, які утворюють різні системи. Потенціал більш високого рівня складається з потенціалів нижнього рівня. Наприклад, потенціал фінансових ресурсів формується потенціалами окремих джерел. Взаємний вплив потенціалів ресурсів на їх загальну величину визначається з врахуванням взаємозамінності і взаємодоповнення об'єктів. Взаємозамінність передбачає, що зміну в системі одного ресурсу можливо компенсувати в певних пропорціях іншим ресурсом. Взаємодоповнення обумовлює, що при зміні одного ресурсу відбувається одночасна зміна іншого ресурсу. Ресурсний потенціал підприємства проявляється в процесі його діяльності через величину господарського потенціалу

Більшість дослідників цієї проблеми до складу ресурсного потенціалу включають такі елементи:

- природньо-ресурсний і виробничий потенціал, що відображають наявність сировинних ресурсів, необхідних для виготовлення продукції, а також ефективність використання основних фондів виробництва;

- фінансово-інвестиційний потенціал, який показує співвідношення власного й позикового капіталу, можливість залучення додаткових фінансових ресурсів, сукупність виробничих засобів підприємства;

- кадровий потенціал – характеризує професійно-кваліфікаційний склад працівників, здатність до навчання відповідно до цілей підприємства;

- інформаційно-комунікативний потенціал, який інформує про внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, можливості та резерви, що можуть бути використані, рівень маркетингових досліджень, перспективи розвитку;

- організаційно-підприємницький потенціал – уміння раціонально поєднувати наявні ресурси підприємства, компетенції менеджерів, динаміку управлінських процесів, напрями діяльності внутрішнього і зовнішнього характеру, структуру, адаптивність, організаційну культуру організації, механізм прийняття та реалізації рішень тощо [1, с. 144].

Отже ресурсний потенціал – це можливості ресурсів, які можуть бути активізовані у процесі операційної діяльності підприємства. Суб'єктна складова ресурсного потенціалу підприємства характеризується інтелектуальними та морально-етичними якостями персоналу, знаннями, досвідом, традиціями. Ресурсний потенціал підприємства включає всі види ресурсів, наявні на підприємстві. Згідно із системним підходом характеризують структурні елементи ресурсного потенціалу, їх взаємозв'язки, аналізують розвиток даної системи, визначають джерела руху та їх спрямованість.

Список використаних джерел:

1. Плаксюк О.О. Механізм формування ефективної системи ресурсного потенціалу підприємства. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації*. 2015. № 2. С. 140-147.

2. Чернишова Л.І., Бескубська А.С., Прокоф'єва В.К. Управління процесом формування ресурсного потенціалу як передумова конкурентоспроможного стратегічного розвитку виробничого підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 23. С. 432-438.

3. Філіппова С.В. Система формування і забезпечення економічної безпеки підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2012. №2(3). С. 17-21.

Жогаль О.О. СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сфера торгівлі була історично першою формою підприємницької діяльності, суть якої становив товарообмін. Саме торговельне підприємництво послужило фундаментом, на якому спорудилися усі інші його види, тобто сформувалася ринкова економіка з відповідними типами соціально-економічних систем.

Змістом торговельного підприємництва є товарно-господарські та торговельно-обмінні операції. Комерція у вузькому розумінні слова – це торгівля, а комерсант – це працівник торгівлі. Торговельно-обмінні операції здійснюються у вигляді угоди з купівлі продажу або перепродажу товарів і послуг. Представниками комерційного підприємництва є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання та засоби виробництва [4].

Суб'єктам торговельної діяльності гарантується підтримка вільного і рівного підприємництва, самостійність і свобода вибору організаційно-правових форм господарювання та видів торговельної діяльності, характеру відносин з іншими суб'єктами ринку, формування структури асортименту торговельних підприємств, методів продажу товарів та форм обслуговування покупців тощо. Специфіка торговельних підприємств максимально розкривається через галузевий аспект їхньої діяльності. Є. Гордієнко зазначає, що для торговельного підприємства характерне чітко виражене цільове призначення і спільність матеріально-речової, торгово-технологічної та організаційно-економічної структур [3].

Особливості торговельного підприємництва полягають в наступному:

- відсутність виробничої стадії, під час виконання якої ресурси на вході (сировина та матеріали) перетворюються в готову продукцію;
- невеликі розміри необхідного капіталу, що спрощує доступ до фінансування та призводить до широкого використання різноманітних інструментів кредитування (банківського та комерційного);

- надаючи послуги з організації товароруху, торговельні підприємці налагоджують та підтримують зв'язки з безліччю партнерів (серед яких найбільш значущими є постачальники та покупці);

- торгівля є однією з найменш регульованих сфер підприємницької діяльності в якій втручання держави обмежується загальним регулюванням підприємницької діяльності (відкриття бізнесу, його ліквідація, отримання дозволів, ліцензій тощо), податковим і трудовим законодавством;

- відносно низька інноваційність, що проявляється через ігнорування підприємцями інновацій, або використання інновацій, розроблених у інших сферах підприємницької діяльності (із сфери інформаційних технологій або у формі перейняття зарубіжного досвіду);

- найбільш чутлива до попиту сфера економічної діяльності, оскільки виступає кінцевою ланкою товароруху [1].

Сучасне торговельне підприємництво орієнтоване на перехід від філософії збуту, коли умовою успіху фірми вважається уміння продати найбільшу кількість товару за найбільш високими цінами, до філософії маркетингу, що припускає орієнтацію на продаж саме потрібного для покупця товару, здатного краще задовольнити його потреби [4].

Сучасна інфраструктура торгівлі включає підприємства великого, середнього і малого бізнесу, які відіграють різноманітну роль в економіці країни, доповнюючи один одного. До торговельних підприємств великого бізнесу відносяться міжнародні та загальноукраїнські роздрібні мережеві оператори, великі логістичні центри та оптові бази. Середній бізнес в сфері торгівлі представлений великими універсальними магазинами, торговельними центрами та місцевими оптовими базами.

Мале торговельне підприємництво – це невеликі крамниці, приватні підприємці, котрі мають торговельні місця на ринках або орендують площі в торговельних центрах. Наявність всіх видів підприємств вносить різноманітність в соціально-економічне життя суспільства, стимулює розвиток конкуренції в торгівлі. Малі підприємства достатньо швидко займають ринкові «ніші», в яких не зацікавлений великий бізнес, що в значній мірі допомагає подолати стагнаційні явища в економічній системі країни [2].

Отже, рівень розвитку економічних відносин у країні визначає торговельна галузь, яка здійснює свою комерційну діяльність через розгалужену мережу торговельних закладів, кількість яких постійно зростає. Сутність сучасного торговельного підприємства полягає у зміцненні його ринкового потенціалу – вишукування максимальних резервів для задоволення попиту цільових ринків через реалізацію товарів та послуг з метою максимізації товарообігу й оптимізації ринкової позиції підприємства

Список використаних джерел:

1. Андросова Т.В. Торгівля в ринкової економіці. Харків, 2001. 120 с.

2. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва. К. Центр навчальної літератури, 2006. 285 с.

3. Гордієнко, Є.С. Діяльність торговельного підприємства в умовах трансформації податкового середовища. автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит. Донецьк, 2011. 19 с.

4. Юрко І.В. Торговельне підприємництво. К. Центр учб. л-ри, 2014. 232 с.

*Іванова А.С., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.*

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Будівельна галузь займає одне з провідних місць в економіці держави. На розвиток будь-якої галузі, в тому числі й будівельної, впливає низка внутрішніх та зовнішніх факторів, зміна яких може привести як до зростання галузі, так і до занепаду. Аналіз поточного стану будівельної галузі, інвестиційного клімату в країні, умов ведення бізнесу дозволить оцінити потенціал та перспективи розвитку галузі.

Протягом останніх років в Україні спостерігається динамічний розвиток будівельної галузі. Згідно з даними Держстату України [1], виробництво будівельної продукції в 2019 році становило 181,7 млрд. грн., що на 28,7% більше порівняно з 2018 роком (табл. 1). Це обумовило позитивний вплив на зростання економіки та добробуту населення.

Таблиця 1

Обсяги виробленої будівельної продукції за видами в Україні, 2018-2019 рр., млн. грн [1]

Показники	2018 р.	2019 р.	2019 р. у % до 2018 р.
Будівництво, всього	141213,1	181697,9	128,7
Будівлі, у тому числі:	66791,6	83589,3	125,1
– житлові	29344,8	33208,8	113,2
– нежитлові	37446,8	50380,5	134,5
Інженерні споруди	74421,5	98108,6	131,8

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що у 2019 році на будівництво інженерних споруд припадає 54 %, житлові будівлі – 18,3 %, нежитлові будівлі – 27,7 %. Порівняно з 2018 роком структура виробленої будівельної продукції майже не змінилася. Розподіл продукції за характером будівництва становив: нове будівництво, реконструкція та технічне переоснащення – 74,2 % від загального обсягу виробленої будівельної продукції, капітальний і поточний ремонт – 18,1% та 7,7% відповідно. Лідерами за обсягами виробленої в 2019 році будівельної продукції стали: – Київська область – 10294,8 млн. грн, – Дніпропетровська область – 19484,5 млн. грн, Одеська область – 17313,5 млн. грн, – Харківська область – 14731,3 млн. грн.

Істотним гальмом для інвестора донедавна була процедура затвердження інвестиційних програм і проектів, коли треба було окремо одержати висновки шести обов'язкових державних експертиз. Відсутність чіткої взаємодії експертних органів призводила до того, що процес експертизи тривав іноді півроку, а загальна вартість цих робіт досягала 40 % і більше вартості проектно-кошторисної документації. З метою покращення якості надання адміністративних та інших послуг у сфері будівництва, зниження корупційних ризиків при їхньому наданні, забезпечення публічності надання таких послуг був ухвалений Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення порядку надання адміністративних послуг у сфері будівництва та створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва» №199-ІХ, ухвалений Верховною Радою України 17 жовтня 2019 року [3].

З метою покращення інвестиційного клімату в країні було прийнято Закон України №1059 від 20 вересня 2019 року «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо стимулювання інвестиційної діяльності в Україні» [4]. Даний Закон направлений на покращення таких індикаторів: отримання кредитів, отримання дозволів на будівництво, забезпечення виконання контрактів, вирішення питань неплатоспроможності, реєстрація власності, захист міноритарних інвесторів, реєстрація підприємств. Прийнятим Законом повністю скасовується пайова участь у розвитку інфраструктури населеного пункту, шляхом виключення статті 40 Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності». Вказане положення набрало чинності з 01.01.2021 року.

На сьогоднішній день чинне українське законодавство передбачає обов'язковість сплати замовниками будівництва пайового внеску у розвиток інфраструктури населеного пункту: у розмірі 4 % від вартості житлового будівництва та 10 % від вартості нежитлової забудови. На 2020 рік встановлено перехідний період, пайова участь буде сплачуватись виключно грошовими коштами за такими ставками (якщо менший розмір не встановлено рішенням органу місцевого самоврядування, чинним на день набрання чинності цим Законом): для нежитлових будівель та споруд – 4 % загальної кошторисної вартості будівництва об'єкта; для житлових будинків – 2 % вартості будівництва об'єкта.

Скасування пайової участі (внеску) покликане, зокрема, покращити інвестиційну привабливість України, що в свою чергу має позитивно позначитися на розвитку підприємництва в будівельній галузі та покращення позиції України в рейтингу Doing Business.

Список використаних джерел:

1. Офіційні дані державної служби статистики. <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Калініченко Л. Л., Сидорова Ю. Р. Аналіз тенденцій розвитку будівельної галузі та будівельної продукції України. *Молодий вчений*, 2017. № 4 (44) С. 64-68.
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення порядку надання адміністративних послуг у сфері будівництва та створення

Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва. Закон України №199-IX від 17.10.2019]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/199-20>

4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо поліпшення умов ведення будівельної діяльності. Закон України №2020-VIII від 13.04.2017 р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2020-19>

*Ковальчук А.О., СВО Магістр, спеціальність 076 Підприємництво торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н., доцент Світлична А.В*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління ризиками – предмет, який вивчається багатьма вченими як в Україні так і за кордоном. Серед зарубіжних авторів, увага приділяється дослідженню природи ризиків, визначенню факторів та причин їх виникнення. Відсутність єдиної комплексної системи управління ризиками є одним із важливих факторів, що впливає на погану роботу всього підприємства. [1]

Ризики підприємства, які можуть виникати за основними видами його діяльності це: ризик зниження фінансової стійкості, спричинено недосконалістю структури капіталу, тобто дуже високою заборгованістю; ризик неплатоспроможності – причиною такого типу є низька ліквідність активів підприємства, неузгоджені умови надходження та витрачання коштів; інвестиційний ризик, в даному ризику існує ймовірність непередбачених фінансових втрат в інвестиційній діяльності підприємства. Залежно від виду інвестування розрізняють види інвестиційного ризику: ризик реального інвестування та ризик фінансового інвестування; інфляційний ризик – цей вид ризику характеризує можливість знецінення справедливої вартості капіталу підприємства, а також очікуваного доходу та прибутку підприємства внаслідок зростання інфляції; процентний ризик виникає через непередбачуваність зміни процентних ставок на фінансовому ринку, що виражається у фінансових втратах від зменшення грошових потоків через використання фінансових активів та емісійної діяльності підприємства; валютний ризик – його прояв не вигідний через прямий вплив змін валютних курсів, які використовуються підприємством у зовнішньоекономічних операціях.; податковий ризик – наразі цей вид ризику суттєво негативно впливає на фінансові результати підприємства [4].

Сучасні концепції базуються на тому, що успіх будь-якого підприємства залежить не лише від раціональної організації виробництва. Для швидкої адаптації до постійно мінливих умов важливо створити на підприємстві ефективну систему управління. Зусилля керівництва суб'єкта господарювання мають спрямовуватися на те, щоб хоча б частково мінімізувати, компенсувати, попередити негативний вплив несприятливих чинників. В результаті ґрунтовного якісного та кількісного аналізу підприємство, спираючись на отримані дані, обирає один із засобів управління ризиком.

Уникнення ризиків це відмова від дій пов'язаних з ризиком. Даний метод є найпростішим у системі ризик-менеджменту. Це повністю дає уникнути можливих втрат. Однак уникнення ризику означає відмову від прибутку. Тому, якщо відмовитися від ризикових заходів, компанії втрачають невикористані можливості. Сьогодні витрати на комерційне страхування в розвинених промислових країнах становлять від 1% до 20% річного обсягу продажів залежно від галузі, місця розташування компанії тощо [3].

Підприємництво може передати страховій компанії такі види ризиків: ризик втрати або знищення майна внаслідок стихійного лиха; ризик повної або часткової втрати працездатності працівників компанії внаслідок нещасного випадку під час виконання службових обов'язків; ризик збитків, фінансові та комерційні ризики, які можуть бути реалізовані у вигляді втрати прибутку, подовження циклу обороту капіталу, внаслідок зовнішніх непередбачених факторів. Страхові компанії виплачують компенсацію за закритий перерозподіл грошової оцінки між учасниками страхування (юридичними та фізичними особами, які стикаються з однотипним ризиком).

Створення запасів для покриття ймовірних витрат у майбутньому також є способом внутрішнього обмеження ризику, різновидом самострахування. Це дозволяє швидко усунути тимчасові ускладнення у виробничій, фінансовій та комерційній діяльності. Створення власних грошових або товарно-матеріальних запасів є альтернативою страхуванню і доцільно використовувати тоді, коли вартість майна, яке зазнає певних ризиків, незначне порівняно з майновими та фінансовими параметрами усього проекту. Самострахування, шляхом резервування коштів, може також застосовуватися до одного і того ж обладнання, активів компанії, коли ймовірність збитків низька.

Отже, невизначеність та ризик притаманні будь-якій економічній діяльності. Складність проблеми управління підприємницькими ризиками потребує погляду на них з позицій системного підходу, суть якого пов'язана з уявленням про цілі, критерії ефективності системи, більш перспективних в порівнянні з існуючими в даний час. Важливим параметром, який відноситься до системи управління ризиками, є час [2]. Швидка ідентифікація напрямку ризику дає можливість втратити менше коштів підприємству.

Список використаних джерел:

1. Логвінова О. П., Семененко І. М. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посіб, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. - Харків: Лідер, 2015. 368 с.
2. Плотнікова, М., Рубан О. Реалії управління ризиками підприємницької діяльності, 2020.
3. Горго, І. О. Концепція формування системи управління ризиками на підприємстві: Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2018. 44-57 с.
4. Швець, Ю. О. Ризики в діяльності промислових підприємств: види, методи оцінки та заходи подолання ризику: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2018. 131-135 с.

ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ (СТАЖУВАННЯ З ФАХУ) НА ПП «ЛУБНИМАШ»

Кожне підприємство має на меті створити стійку прибутковість за рахунок продажу високоякісної та безпечної продукції. ПП «Лубнимаш» є не винятком. Це підприємство створене у 2011 р., що розташоване за адресою – 37500, Полтавська обл., м. Лубни, вул. Проспект Володимирський, буд. 110/1.

Завод «Лубнимаш», є провідним виробником обладнання для транспортування, зберігання, переробки зерна, зерно-продуктів і інших сипучих матеріалів в Україні. Протягом останніх десятиліть ключовим напрямком в діяльності підприємства є проектування, виготовлення і реалізація промислових зернових елеваторів різного типу. ПП «Лубнимаш» реалізовує елеваторне обладнання також у такі країни, як Білорусь, Росію, Францію.

Уся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку в процесі виробництва і реалізації продукції. Визначити ефективність діяльності можна за допомогою простих показників.

Таблиця 1

Аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ПП «Лубнимаш», 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	Абсол. відхил. 2020р. від 2019р.	Абсол. відх. 2021р. від 2020р.	Відн. відх. 2020 р. від 2019р.	Відн. відхил. 2021 р. від 2020 р.
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	352864	431761	416577	+78897	-15184	122,36	96,48
Собівартість реалізованої продукції	317796	389100	377452	+71304	-11648	122,44	97,01
Витрати на збут	1911	3023	4483	+1112	+1460	158,19	148,30
Фінансовий результат до оподаткування	19933	23880	16383	+3947	-7497	119,81	68,61
Дохід з податку на прибуток	3596	4389	3308	+793	-1081	122,05	75,37
Чистий прибуток	16337	19491	13075	+3154	-6416	119,31	67,08

Як свідчать дані табл. 1.1. дохід підприємства у 2020 році порівняно з 2019 збільшився на 78897 тис. грн., у 2021 порівняно з 2020 зменшився на 15184 тис. грн; собівартість реалізованої продукції у 2020 р. збільшилася на 71304 тис. грн., а у 2021 р. зменшився на 11648 тис. грн; валовий прибуток у 2020 р. збільшилася на 7593 тис. грн., у 2021 р. зменшився на 3536 тис. грн.; витрати на збут з кожним роком збільшувалися; фінансовий результат до оподаткування у 2020 р. збільшився на 3947 тис. грн., а у 2021 р. зменшився на

7497 тис. грн.; дохід з податку на прибуток у 2020 р. збільшився на 793 тис. грн, а у 2021 р. зменшився на 1081 тис. грн.; чистий прибуток у 2020 р. збільшився на 3154 тис. грн., порівняно з 2019 р., у 2021р. зменшився на 6416 тис. грн.

Для того, аби ПП «Лубнимаш» випереджувало своїх конкурентів, серед яких є ТОВ «АВЕРС-АГРО», ТОВ «Білозаводський елеватор», ТОВ «Капелю» застосовує комунікаційні заходи для покупців елеваторного обладнання, і в свою чергу має велику частку серед інших підприємств на ринку України.

Таблиця 2

Комунікаційна діяльність підприємства ПП «Лубнимаш»

Елемент маркетингової комунікації	Назва заходу	Мета	Цільова аудиторія
Реклама	На біг-борді	Ознайомити фермерів з підприємством	Фермери, птахофабрики, аграрії,
Виставки	На день міста, аграрні виставки	Підняти об'єми продажу	Підприємства птахофабрики, аграрії, фермери
Комунікації в Інтернет	Розміщення на аграрних сайтах спец пропозиції продажу	Підняти об'єми продажу	Підприємства птахофабрики, аграрії, фермери

Як свідчать дані табл. 2. ПП «Лубнимаш» використовує такі елементи маркетингових комунікацій, як: реклама, виставки, комунікації в Інтернеті, що в свою чергу мають напрямок на цільову аудиторію птахофабрик, аграріїв, фермерів. Якщо говорити про стратегічне управління логістичною діяльністю на підприємстві ПП «Лубнимаш», то на мою думку підприємство немає недоліків. Рухомий склад на даному підприємстві: 12 вантажних та 5 легкових автомобілів; середній пробіг за рік – 92 692 000 км; офіс операційної транспортної логістики, СТО (2 500 кв. м), паркінг – в м. Лубни, Полтавська обл.; за проектом 80/20, в 2021 році досягнуто понад 70% відвантажень; маршрути/диспетчери: TMS ORD (ORTEC Routing & Dispatch); відстеження й контроль авто: GPS-система ELCAR; система управління: WMS G.O.L.D. Stock, G.O.L.D. Central (адресне зберігання, облік-контроль в онлайн-режимі всіх операцій, термінів).

Управління потоками матеріальних ресурсів на підприємстві: матеріали для виробництва елеваторної техніки направляють на склад ПП «Лубнимаш» потім переправляється в цехи, виробляється продукція переправляється у демонстраційний зал, і вже з нього транспортується до покупця.

Для того, щоб сформувати асортимент обладнання, яке буде виробляти і в подальшому продавати ПП «Лубнимаш», проходить такі етапи по формуванню асортименту: визначення потреб споживачів; оцінка товарів конкурентів; оцінка вже існуючого торговельного асортименту; рішення щодо товарів, які потрібно включити або виключити з асортименту; розгляд питання про введення на ринок оновлених та удосконалених товарів; розробка специфікацій нових чи удосконалених товарів; вивчення можливостей

виробництва нових та удосконалених товарів; тестування товарів; розробка рекомендацій щодо підвищення якості, зміни упаковки, сервісу;

Розробка стратегії розвитку підприємницької діяльності пов'язана з кількістю укладених договорів підприємством ПП «Лубнимаш» таких видів, як Договір купівлі-продажу та Договір поставки. За 2021 р. було укладено 43 договори.

В процесі господарської діяльності підприємство неминуче стикається з ризиками. Ризик означає імовірність виникнення непередбачуваних втрат (зменшення або повна втрата прибутку, недоотримання запланованих доходів, виникнення непередбачуваних витрат, втрата частини доходів або власного капіталу) в ситуації невизначеності умов фінансово-господарської діяльності.

На діяльність ПП «Лубнимаш» можуть вплинути такі головні ризики, як:

– Антропогенні: ризики пов'язані із розгортанням COVID-19 та із заходами запобігання поширення вірусу.

– Економічні: ризики погіршення економічної ситуації в країні, що може бути спричинено внутрішніми та зовнішніми факторами.

– Фінансові: ризики, пов'язані із погіршенням стану фінансового та банківського секторів економіки України.

Для того, щоб мінімізувати комерційні ризики на ПП «Лубнимаш» застосовують:

– Налагодження системи внутрішнього контролю за діяльністю, що здійснюється керівними органами ПП «Лубнимаш»;

– Відпрацювання технологій в торгівлі й виробництві;

– Впровадження схеми розмежування повноважень та контролю.

Як висновок, слід відмітити, що ПП «Лубнимаш» є досить конкурентоспроможним підприємством, яке має всі ресурси для власного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Виноградова С.Н. Комерційна діяльність: підручник. К.: Вища школа, 2016. С. 328.

2. Сайт ПП «Лубнимаш». URL: <https://lubnymash.com/uadoc>.

*Кондратович С.С., СВО Магістр, спеціальність 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.е.н, доцент Світлична А.В.*

ТЕОРЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні інноваційний розвиток – єдиний можливий напрямок виходу країни з кризи. Адже розвиток інноваційної економічної системи має такі переваги як: «забезпечення економічного зростання без пропорційного

збільшення споживання сировини, створення вигідних умов для інвестування у творчий та науковий потенціал суспільства» [1].

Основними вимогами до побудови механізму інноваційного розвитку підприємства є: механізм інноваційного розвитку підприємства повинен бути представлений у вигляді чіткої логічно-структурної схеми (від визначення потреби в інноваційному розвитку до розрахунку показників); необхідно наголошувати на інновації у всіх сферах діяльності підприємства; розробка механізму повинна базуватися на ресурсному підході, що дозволить найкращим чином реалізувати інноваційний розвиток підприємства; для ефективної побудови механізму необхідно запровадити ряд кількісних показників для оцінки потреб суб'єкта господарювання в інноваційному розвитку, а також результати від упровадження даного механізму; розроблений механізм інноваційного розвитку не повинен суперечити місії та загально-корпоративної мети підприємства; вибір тієї чи іншої моделі інноваційного розвитку повинна бути заснована на інноваційному потенціалі окремого господарюючого суб'єкта.

У зв'язку з цим в започаткування механізму повинно базуватися на моделі, яка дозволяє комплексно оцінити інноваційний потенціал підприємства; інноваційний розвиток підприємства має ґрунтуватися на наявних і нових базових знаннях; механізм інноваційного розвитку підприємства не повинен суперечити основним вимогам та принципам, на яких ґрунтується державне та регіональне регулювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання [2].

Також важливо сформулювати сучасні принципи інноваційного розвитку підприємств, що дозволить врахувати весь спектр факторів і результатів, пов'язаних з інноваційними змінами в середовищі підприємства. Визначивши механізм інноваційного розвитку підприємства як його підсистеми і вказавши завдання, на які воно має орієнтуватися в цілому, визначимо принципи його формування.

З цією метою розглянемо принцип формування системи організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності та розвитку підприємства: системний, комплексний та інноваційний: принцип системності передбачає формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства як відкритої, адаптивної, динамічної системи імовірнісного характеру; принцип комплексності полягає у формуванні такого механізму в межах окреслених методами державного і регіонального регулювання діяльності підприємств; принцип орієнтації на інновації повинен забезпечити довгострокове виживання і розвиток господарюючого суб'єкта в нестабільному середовищі за рахунок постійного пошуку і використання нових способів і сфер реалізації його потенціалу [3].

Під впливом конкретних умов і цілей управління завжди буде формуватися відповідний механізм організації та здійснення господарської (інноваційної) діяльності підприємства за своїм призначенням.

Для вдосконалення комплексного механізму інноваційного розвитку можна запропонувати наступні принципи: принцип ієрархічної комплексності

факторів інноваційного стану підприємства; принцип системності показників інноваційного стану підприємства; принцип стратегічної направленості інноваційного розвитку підприємства; принцип векторного цілепокладання інноваційного розвитку підприємства; принцип нелінійності інноваційного розвитку підприємства; принцип циклічності інноваційного розвитку підприємства; принцип стійкості інноваційного розвитку підприємства; принцип неперервності інноваційного розвитку підприємства; принцип адаптивності інноваційного розвитку підприємства; принцип синергетичного ефекту впливу змін на інноваційний розвиток підприємства; принцип інтегрованості інноваційного розвитку підприємства; принцип балансу інтересів суб'єктів інноваційного процесу [4]. Ці принципи інноваційної діяльності та розвитку підприємства можуть бути покладені в основу розробки концепцій інноваційного розвитку, утворити комплексний механізм інновацій та розвитку підприємства та стати основним органом подальшого розвитку.

Ці принципи забезпечують системність і цілісність механізму, його комплексність, охоплюючи зв'язки між різними формами економічного розвитку, які ґрунтуються на інноваціях. Особливої уваги заслуговують елементи, що забезпечують якість змін інноваційного стану підприємства.

Таким чином, виділено основні методологічні принципи інноваційного розвитку підприємства, які необхідно покласти в основу формування механізму інноваційного розвитку. Результатом інноваційного розвитку підприємства є безперервна та прогресивна зміна якості. Революційний чи еволюційний інноваційний процес залежить від обраного інноваційного напрямку, ефективної стратегії інноваційного розвитку, співвідношення власних і залучених інтелектуальних ресурсів та людського інтелектуального капіталу підприємства

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств. Суми: Університетська книга, 2012. 281 с.
2. Кувшинов М.С. Сутність та структура механізму інноваційного розвитку промислової інтегрованої структури. Київ: Вісник ЮУрГУ. 2012. 50-55 с.
3. Бондаренко С. А. Сучасні принципи формування механізму інноваційного розвитку промислового підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеса: Одеський нац. економ. ун-т: 2015. 136 с.
4. Савіна С. С. концепція механізму інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості. *Ефективна економіка*. Хмельницький нац. ун-т: 2015.

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВІ

Виробництво будь-якої продукції, в тому числі і сільськогосподарської, може зростати за рахунок збільшення маси праці, підвищення рівня її продуктивності або завдяки одночасній дії цих двох факторів. Розвиток продуктивних сил і неухильне зростання потреб суспільства об'єктивно зумовлюють необхідність підвищення продуктивності праці. На всіх етапах історії людства діє економічний закон неухильного зростання продуктивності праці. Продуктивність праці – це здатність конкретної праці створювати певну кількість продукції за одиницю робочого часу. Продуктивність праці підвищується, якщо збільшується виробництво продукції на одиницю робочого часу або зменшуються затрати праці на одиницю робочого часу або зменшуються затрати праці на одиницю вироблених продуктів [2].

Виробництво сільськогосподарської продукції вимагає сукупних затрат живої і уречевленої праці. Тому підвищення продуктивності сукупної праці відбувається за рахунок скорочення затрат як живої, так і уречевленої праці, необхідної для виробництва одиниці продукції. Підвищення продуктивності праці полягає в тому, що частка живої праці зменшується, а частка минулої праці збільшується, причому загальна сума праці, втіленої в товарі, зменшується.

Для визначення продуктивності праці в сільському господарстві застосовують систему економічних показників. Це зумовлено особливостями даної галузі і, насамперед, незбігом робочого періоду з періодом виробництва [1].

Продуктивність праці в сільському господарстві характеризується системою прямих (повні) і проміжних (неповні) показників. Прямі показники визначаються кількістю продукції, що виробляється за одиницю робочого часу. Вони безпосередньо характеризують її рівень в окремих галузях, сільськогосподарських підприємствах або в сільському господарстві в цілому, та виражаються в натуральній і вартісній формі [2].

Натуральні показники визначають діленням прямих затрат людино-годин, що виникають у процесі виконання технологічних операцій, на обсяг виробленої продукції, та відповідають на питання, скільки витрачено робочого часу на виробництво центнера продукції.

З метою визначення продуктивності праці по сільському господарству країни, по окремих підприємствах з урахуванням усіх видів сільськогосподарської продукції, що ними виробляється, розраховують вартісні показники – погодинну, денну і річну продуктивність праці – відношенням вартості валової продукції в порівняльних цінах відповідно до відпрацьованих годин, людино-днів і середньорічної кількості працівників, зайнятих у

сільськогосподарському виробництві. Проаналізуємо показники продуктивності праці в галузі рослинництва табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка показників продуктивності праці в галузі рослинництва ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2016-2020 рр.

Показники	Роки					Відхилення 2020 р., у % до 2016 р.
	2016	2017	2018	2019	2020	
Виробництво валової продукції – всього, тис. грн (у порівняльних цінах 2016 р.)	13811,8	15812,9	16253,3	12079,5	17188,0	124,4
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	100,8	130,7	157,8	117,3	160,6	159,3
на 1 люд.-день, тис. грн	0,9	1,2	1,4	1,1	1,5	159,3
Виробництво валової продукції – всього, тис. грн (у фактичних цінах)	24105,7	37634,0	49190,4	37326,0	50501,6	209,5
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	176,0	311,0	477,6	362,4	472,0	268,2
на 1 люд.-день, тис. грн	1,6	2,5	3,7	3,3	4,5	278,7
Отримано валового доходу – всього, тис. грн	10296,0	15887,0	28610,0	27163,0	31811,0	309,0
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	75,2	131,3	277,8	263,7	297,3	395,6
на 1 люд.-день, тис. грн	0,7	1,2	2,5	2,4	2,7	395,6
Отримано прибутку – всього, тис. грн	4857,0	5646,0	7508,0	5969,0	12623,0	259,9
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	35,5	46,7	72,9	58,0	118,0	332,8
на 1 люд.-день, тис. грн	0,3	0,4	0,7	0,5	1,1	332,8
Рівень рентабельності, %	89,3	55,1	35,6	28,2	65,8	X

Дослідивши показники продуктивності праці в рослинництві слід відмітити наступне. Виробництво валової продукції за досліджуваний період зростає із 13811,8 тис грн у 2016 р. до 17188 тис. грн у 2020 р. зафіксоване зростання відбулося на 24,4 %. Виробництво валової продукції (у фактичних цінах) за досліджуваний період зростає на 109,5 %. В розрахунку на на 1-го середньорічного працівника галузі волова продукція також збільшується із 176 тис. грн у 2016 р. до 362,4 тис. грн у 2020 р. в розрахунку на 1 люд.-день валова продукція у фактичних цінах також зростає майже в двічі, тобто 178,7 %.

Отриманий валовий дохід від реалізації продукції рослинництва у 2020 р. становить 27163,0 тис. грн, що більше на 209,0 % від 2016 р. отриманий валовий дохід в розрахунку на 1-го середньорічного працівника галузі у 2016 р. складав 75,2 тис. грн, а в 2020 р. 263,7 тис. грн, збільшення на 295,6 %. Загальний прибуток по галузі становить у 2020 р. 12623,0 тис. грн, а в 2016 р. 4857 тис. грн. Прибуток на 1-го середньорічного працівника галузі також зріс

на 232,8 %. Характеризуючи показники рівня рентабельності, то слід відмітити, даний показник зменшується, хоча несе позитивний характер.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник 2-ге вид. К.:КНЕУ. 2002. 624 с.
2. Мацибора В.І. Економіка сільського господарства: Підручник. К.: Вища школа, 1994. 415 с.

*Лоза О.Г., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.*

ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В ТОВАРАХ

Для ефективної організації процесів товаропостачання роздрібною торговельною мережі потрібно забезпечити неперервну циркуляцію товарної маси в обсягах та структурі, які б відповідали обсягам, структурі та ритму реалізації товарів у підприємствах роздрібною торгівлі. Однією з основних умов розв'язання цього завдання є правильне визначення потреби в товарах для завезення у відповідному плановому періоді.

Одним з важливих питань, які виникають під час проектування системи товаропостачання роздрібною торговельною мережі, є визначення моменту, в який потрібно поповнювати наявні запаси товарів, щоб не допустити перебоїв у торгівлі. Для цього також рекомендується використовувати теорію управління запасами, у якій враховується, що запас товарів у підприємстві торгівлі (наприклад у магазині) повинен складатися з двох частин – поточного запасу, який має витратитися на покриття попиту покупців, та страхового запасу, необхідного для гарантування продажу товарів у разі можливих затримок поповнення запасів.

Своєчасне і точне виявлення потреби в товарах (як продовольчих, так і непродовольчих) служить істотною передумовою для закупівель необхідних товарів і надання їх на споживчому ринку в необхідних кількостях. Якщо потреба в товарах оцінена занадто високо, то внаслідок цього виникають надлишки товару, які приведуть до непотрібного підвищення витрат. Якщо вона визначена занадто низько, це викликає перебої в забезпеченні споживачів товарами і незадоволення купівельного попиту. Покупці в такому випадку можуть звернутися до конкурентів, в результаті чого знизиться оборот і загубиться деяка частка ринку. Для безперебійної продажу та гарантованого товарообігу комерсант повинен забезпечити широку пропозицію товарів в потрібній кількості [1].

Потреба в товарі – це обґрунтований розрахунок обсягу та асортименту конкретних видів товарів, необхідних для максимального задоволення попиту населення, що обслуговується.

Комерсант повинен знати, що метою визначення потреби в товарах є надання покупцям необхідних товарів у потрібній кількості, потрібної якості і в потрібний час. А це, в свою чергу, дозволить торгівельному підприємству успішно функціонувати на споживчому ринку, реалізовувати товари і отримувати прибуток через задоволення купівельного попиту.

Одним з важливих питань, які виникають під час проектування системи товаропостачання роздрібно-торговельної мережі, є визначення моменту, в який потрібно поповнювати наявні запаси товарів, щоб не допустити перебоїв у торгівлі. Для цього також рекомендується використовувати теорію управління запасами, у якій враховується, що запас товарів у підприємстві торгівлі (наприклад у магазині) повинен складатися з двох частин - поточного запасу, який має витратитися на покриття попиту покупців, та страхового запасу, необхідного для гарантування продажу товарів у разі можливих затримок поповнення запасів.

Споживчий попит є одним з найголовніших факторів, що впливає на формування асортименту, та направлений на максимальне задоволення попиту і відповідно на активний вплив на попит в сторону його збільшення.

Споживчий попит і формування асортименту взаємопов'язані. Значні зміни в попиті повинні супроводжуватись застосуванням у формуванні асортименту. При цьому необхідно враховувати, що попит на продовольчі товари має високу ступінь стійкості.

Також при формуванні асортименту необхідно враховувати такі фактори:

- 1) ціна: часто ціна відіграє вирішальну роль при виборі товарів;
- 2) якість: споживачі хочуть придбати не лише недорогий товар, але й якісний;
- 3) зовнішній вигляд: він визначає відношення до товару при його придбанні;
- 4) виробник: споживачі обирають виробника, що зарекомендував себе на ринку, у якого є ім'я і якому вони довіряють;
- 5) фасування: коли товар не можна ділити в умовах торгівлі, великого значення набуває фасування продукції;
- 6) упаковка – це зовнішній вигляд товару, перше, що бачить покупець. Її привабливість має особливо важливе значення;
- 7) умови зберігання: те, як зберігається товар, забезпечує його якість при подальшому використанні;
- 8) місце продажу: підприємствам необхідно слідкувати за своїм іміджем «перевіреного складу». Підприємства чи магазини, які добре зарекомендували себе будуть мати успіх.

Отже як висновок формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, фінансових та інших ресурсів. На формування асортименту впливають безліч факторів як загальних,

так і специфічних для кожного підприємства. Не врахувавши ці фактори, підприємству не вдасться сформувати ефективний асортимент.

Список використаних джерел:

1. Виноградська С. Н., Гурська С.П., Пігунова О.В. Організація комерційної діяльності. Мн. Вищ. шк. 1997 р. 464 с.

*Матюхіна А.Р., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.*

БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗЬ – ЛІДЕР ЗА ОБСЯГАМИ ВКЛАДЕНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Будівельна галузь у 2018 р. увійшла в трійку лідерів серед сфер та видів діяльності, в які було вкладено найбільше капітальних інвестицій. У 2018 році обсяги капітальних інвестицій в країну, порівняно з попереднім роком збільшилися на 28 %. У трійку найбільших за об'ємами інвестицій галузей України також увійшли промисловість і сільське господарство. У цьому ключі будівельна галузь показує значний прогрес та зростання [1].

Згідно з даними статистики, за перше півріччя 2021 року підприємствами України виконано будівельних робіт на суму 97,4 млрд. гривень. Індекс будівельної продукції становить 100 % порівняно з відповідним періодом 2020 року [3]. Нове будівництво склало 35,6 % від загального обсягу виробленої продукції, капітальний і поточний ремонт – 36,5 %, реконструкція та технічне переоснащення – 27,9 %.

Збільшили обсяги будівельних робіт у січні-липні 2021 року порівняно з січнем-липнем 2020 року підприємства 11 регіонів, з них найбільше: Тернопільської (на 54,8 %), Рівненської (на 23,9 %), Черкаської (на 18,8 %), Івано-Франківської (на 14,8 %), Хмельницької (на 13 %), Волинської (на 10,8 %), Харківської (на 9,4 %), Київської (на 8 %), Донецької (на 6,5 %), Одеської (на 5,8 %) областей та м. Києва (на 0,3 %).

Визначимо основні перешкоди на шляху залучення іноземних інвестицій у розвиток будівельної галузі України (табл. 1).

Таблиця 1

Основні перешкоди на шляху залучення іноземних інвестицій у розвиток будівництва України

№ п/п	Основні перешкоди
1.	Корупція.
2.	Нестабільність політичної ситуації в країні.
3.	Нестабільне державне регулювання.
4.	Нечітка правова система.
5.	Великий податковий тягар.
6.	Низький рівень доходів громадян.
7.	Недостатньо розвинута інфраструктура бізнесу.
8.	Нестабільність економічної та податкової політики.

Варто зауважимо, що надмірний податковий тягар інвестиційної діяльності у будівельній сфері пояснюється, здебільшого, специфікою вітчизняної податкової політики та особливостями правозастосування, ніж самою природою будівельних відносин. Наприклад, наявність пайової участі, що зі змісту ст. 40 Закону України від 17.02.2011 № 3038/VI «Про регулювання містобудівної діяльності» є обов'язком, а не правом забудовника, не властива розвинутим країнам [4]. Цей платіж, у свою чергу, призводить до підвищення вартості житла, зниження темпів розвитку будівельної галузі, скорочення інвестиційної активізації.

Часто до джерел забезпечення фінансовими ресурсами інвестиційних проектів будівництва відносяться власні, залучені й позичені засоби фінансування, а також бюджетні асигнування та іноземні інвестиції в формі прямих капіталовкладень.

На основі аналізу даних табл. 1 з метою активізації притоку іноземних інвестицій в будівельну галузь України важливим є здійснення наступних заходів (табл. 2).

Таблиця 2

Заходи з метою активізації притоку іноземних інвестицій в будівельну галузь України

№ п/п	Основні перешкоди
1.	Створення стабільного будівельного законодавства.
2.	Створення сприятливого інноваційного клімату для розвитку будівельної галузі.
3.	Сприяння залученню прямого іноземного капіталу у сферу матеріального виробництва.
4.	Створення сприятливих умов для розвитку спільних будівельних підприємств.
5.	Розроблення та прийняття законодавчої бази щодо страхування.

Отже, інвестиційна-будівельна діяльність забезпечує здійснення розширеного відтворення виробничого потенціалу країни. У своє чергу збільшення обсягів інвестицій у житлове будівництво безпосередньо залежить від економічної та соціальної стабільностей в Україні. Тому, перш за все, державна політика повинна бути спрямована, на зниження інфляції, відновлення економічного зростання, стабілізацію грошового обігу, скорочення дефіциту бюджету, зміцнення національної валюти та підвищення добробуту населення країни.

Список використаних джерел:

1. Будівельна галузь увійшла у трійку лідерів за об'ємами вкладених інвестицій за підсумками 2018 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/budivelna-galuz-uvijshla-u-trijku-lideriv-za-obyemami-vkladenih-investicij-za-pidsumkami-2018-roku-lev-parchaladze>.

2. Непомнящий О. М., Шостак Н. М. Сутність та зміст механізмів державного управління інвестиційною політикою в будівництві. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 5. С. 49-52. http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2018/12.pdf

3. Офіційні дані державної служби статистики. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Про регулювання містобудівної діяльності. Закон України № 3038/VI від 17.02.2011 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/199-20>

*Міхтієв Р.Е., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: к.с.-г.н., доцент Писаренко С.В.*

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЧИННИКИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Збутова політика являє собою комплекс принципів, методів і заходів, які використовує керівництво підприємства для організації й управління збутовою діяльністю з метою забезпечення ефективних продажів товарів у межах визначених цільових ринків.

Оцінка ефективності збутової діяльності в економічній літературі має на меті вибір оптимального варіанту та визначення кінцевої ефективності збуту впродовж певного проміжку часу враховуючи досягнуті результати [2, с. 40]. Інвестиції у сферу реалізації мізерні, незважаючи на світовий досвід, що свідчить про систему збуту, яка повинна розвиватися випереджаючими темпами у порівнянні з виробництвом продукції.

Рівень розвитку збутової політики аграрних підприємств визначається умовами функціонування економіки загалом, оскільки становить основу обміну, відтворювальних процесів і засобів існування. Результати збутової політики впливають на галузеву структуру ВВП, доходи населення, загальне становище країни в міжнародному поділі праці. До основних компонент збутової політики підприємства належать [4]:

- 1) збутові засади маркетингу (особливо в аспекті позиціонування, яке частково становить аргументацію продажів);
- 2) організація збутової діяльності;
- 3) регламентна політика (особливо у сфері стимулювання збуту, що належить до аргументації продажів);
- 4) товарна й цінова політика;
- 5) політика товароруху (розподілу) на основі принципів формування каналів просування товарів;
- 6) політика комерційного кредитування;
- 7) інкасаційна політика, тобто принципи погашення дебіторської заборгованості;
- 8) політика транспортування;
- 9) організаційні аспекти збуту.

До визначальних чинників, що зумовлюють необхідність формування та реалізації збутової політики аграрних підприємств, відносимо такі:

- 1) нерозвиненість системи закупівель, зберігання, первинної й глибокої переробки і реалізації сільськогосподарської продукції;

2) недосконалість економічних відносин між виробниками й переробниками сировини, постачальниками засобів виробництва і каналами розподілу продукції, що призводить до збільшення кількості посередницьких структур та їх частки у розподілі доходів;

3) диспаритет цін – низькі закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію, що не відшкодовують витрати на неї й не стимулюють підвищення обсягів виробництва продукції; високі ціни на пальномастильні матеріали, сільськогосподарську техніку, добрива тощо;

4) нездатність малих і середніх господарств створювати постачальницько-збутові кооперативи;

5) значна частка (понад 50 %) господарств населення у виробництві окремих видів продукції сільського господарства;

6) низька якість сільськогосподарської сировини.

У сучасних умовах ринкової економіки далекоглядність, спрямованість на перспективу, прогресивність мислення керівництва стають одними з найважливіших факторів стратегічного успіху підприємств. Перед вітчизняними підприємствами гостро постає проблема формування стійких довгострокових конкурентних переваг у сфері збуту на ринку споживчих товарів і підтримання їх у перспективі за рахунок професійного управління збутовою політикою [3, с. 103].

Функціями механізму управління збутовою діяльністю є не тільки управлінські функції (планування, організація, контроль і мотивація), але й інші, не менш важливі функції, а саме облік і аналіз, регулювання, стимулювання та координація [1].

Таким чином запропонований аналіз головних компонентів формування і реалізації збутової діяльності підприємства відкриває нові можливості для систематизованого та упорядкованого здійснення управління збутовою діяльністю, використовуючи при цьому весь спектр методів, засобів та інструментів.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.

2. Герасимяк Н.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингових заходів промислового підприємства. *Економічний часопис XXI*. 2012. № 5-6. С. 40-43.

3. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. *Вісник КНУТД*. № 3 (77). С. 102-106.

4. Надтока Т. Б. Удосконалення збутової політики аграрного підприємства в умовах вступу до СОТ на основі соціального підходу. *Вісн. Хмельницького нац. ун-ту*. 2009. № 5. Т. 3. С. 98-102.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній економіці України все більшого значення набувають комерційні відносини, активна діяльність оптових та роздрібних підприємств, посередників щодо доведення товарів до покупців (споживачів).

Комерційна діяльність – це діяльність, яка в умовах конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу для задоволення попиту споживачів та збільшення капіталізації її суб'єкта. Операції, пов'язані з реалізацією підприємством комерційної функції, мають багато спільних рис із торговельними, проте містять низку істотних відмінностей, що виокремлює комерційну функцію з-поміж інших у сфері товарно-грошового обігу. У комерційній діяльності використовують маркетингові технології, що зумовлено спільною спрямованістю на задоволення потреб споживачів. Порівняльний аналіз комерційної діяльності суто торговельних організацій та підприємств інших галузей продемонстрував розбіжності між ключовими критеріями, які формують прибуток [1].

Роль комерції (торгівлі) у розвитку економічних процесів:

1. Забезпечує переміщення та накопичення продукції у просторі та за часом на складах оптової торгівлі.
2. Доводить товари від виробника до покупця.
3. Задовольняє потреби споживачів у товарах і послугах.
4. Сприяє ефективному розвитку виробництва та впливає на формування його обсягів, перспектив.
5. Визначає економічний стан промислових підприємств, оскільки реалізація виробленої ними продукції здійснюється саме у сфері торгівлі.
6. Забезпечує виробників та партнерів ринковою інформацією (характеристика товарів, потреби покупців, конкуренти, обсяги та темпи продажу).
7. Важливе джерело робочих місць.
8. Поповнює надходження коштів у державний бюджет за рахунок податків [1].

Процес виробництва на промисловому підприємстві являє собою сукупність технологічних операцій щодо безпосереднього виготовлення продукції і різноманітних допоміжних і обслуговуючих процесів, що забезпечують нормальну роботу основних підрозділів. На думку В.Г. Василькова «виробництво» - це цілеспрямована діяльність зі створення будь-якого корисного продукту.

Під організацією виробництва розуміється організація використання та поєднання в процесі виробництва трудових і матеріальних ресурсів (обладнання

та матеріалів) з метою випуску у встановлені терміни необхідної кількості продукції необхідної якості при мінімальних витратах виробництва.

Роботи з організації виробництва включають отримання і аналіз даних, а також розробку на їх основі заходів, що належать:

- До використання будівель, споруд та обладнання;
- Плануванні виробничих ділянок;
- Розстановці персоналу;
- Встановленню режимів і методів ведення операцій і процесів виробництва;
- Календарному плануванню, нормуванню, розробці систем і ставок заробітної плати;
- Витратам виробництва, системам контролю якості та перевірки кількості вироблених товарів і послуг [2].

Організація основного виробничого процесу буде раціональною в тому випадку, якщо забезпечується дію всіх принципів у сукупності. Це створює умови для економії живої і матеріалізованої праці, збільшення обсягу продукції, що випускається, зростання продуктивності праці, зниження собівартості і збільшення прибутку.

Як показує практика, елементи виробничого процесу можуть з'єднуватися в різних формах, а принципи реалізовуватися не повною мірою, що призводить до різних результатів діяльності підприємства. Звідси виникає необхідність кількісної оцінки рівня організації виробництва, що дозволяє зробити порівняння [2].

Пройшовши практику на підприємстві ТОВ «СФЕРА-МОТОРС», дослідили, що рівень кваліфікації працівників на високому рівні, стан матеріально-технічної бази в задовільному стані. Великий асортимент послуг і товарів, що є зручним для клієнта, адже йому не треба купувати запчастини та аксесуари окремо, а все можна зробити на місці. На підприємстві є велика база фірм, які по договору обслуговують свої автомобілі. Є велике складове приміщення та велика кількість постачальників.

Конкуренція на теперішній час дуже велика адже зараз існує велика кількість фірм в цьому напрямку. Від дуже маленьких СТО в гаражах до великих підприємств та станцій технічного обслуговування при автосалонах, які в свою чергу виконують гарантійне обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Апопій В.В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України. *Вісник Дон НУЕТУ. Економічні науки*. 2005. №4. С. 153-163.
2. Vasilkov V.G.(2003) «Orhanizatsiya vyrobnyystva», [Organization of production]. K.: KNEU, Ukraine.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У загальносвітовій практиці підприємництва прийнято аналізувати кожен крок і прогнозувати розвиток тієї чи іншої сфери для успішного процвітання бізнесу, оскільки сучасні економічні умови невизначені і динамічні. Кожна організація та підприємство обирає свою стратегію, яка визначає нові цілі, підлаштовуючись до умов зовнішнього середовища, оскільки єдиної стратегії для всіх організацій не існує. Кожне підприємство у своїй галузі та за своєю сутністю унікальне, тому стратегія розвитку є для кожного унікальною.

Стратегії розвитку підприємства зазвичай орієнтуються на довгостроковий період та формують бачення можливого та бажаного майбутнього. Розробка стратегії є важким, багатограним, креативним і не простим процесом, який має врахувати всі чинники, що впливають на підприємство і його діяльність. До того ж стратегія розвитку є безперервною через постійні зміни.

Сучасний підприємець до прийняття важливого рішення повинен вивчити всі наявні дані, передбачити та врахувати всі ризики пов'язані з його діяльністю. Іноді знання та досвіду, як у підприємця-початківця, недостатньо, і він використовує всі наявні ресурси для підвищення рівня розуміння існуючої ситуації а також використання експертів в цій сфері, але якщо такої можливості немає, у вільному доступі існують школи стратегічного управління. Слід звернути увагу на те, що купуючи стратегію у консалтингових фірм, не можна мати точної впевненості в тому, що вона буде ефективною, але при цьому є можливість уникнути багатьох банальних помилок.

Стратегія утворює собою комплекс цілей і методів її досягнення, а розробка стратегії, в принципі, починається з визначення основних цілей підприємницької діяльності, яка показує основні напрямки розвитку підприємства та встановлює цілі фірми.

Практика показує що ті підприємства, які використовують комплексне стратегічне планування, працюють більш успішно і отримують прибуток значно більше ніж конкуренти. Таким чином – хто краще планує стратегію, той швидше стає успішнішим у своїй сфері діяльності. Стратегічний аналіз в свою чергу включає насамперед перегляд своїх сильних і слабких сторін і адекватну оцінку своїх переваг.

На даний момент існує проблематика розвитку стратегії підприємства, як явища, що підвищує ефективність діяльності.

За загальноприйнятою думкою фахівців у цій сфері можна виділити основні проблеми такі як:

- ігнорування основних методів та способів аналізу;
- відсутність адекватної постановки цілі;

- модель стратегії, яка вдало себе показувала в радянському союзі, на даний момент не відповідає сучасності;
- обмеженість кваліфікованих кадрів та людського ресурсу в цілому;
- неправильна постановка завдань при формуванні стратегії;
- стратегія, яка практично, не може бути виконаною через відсутність ресурсів;
- висока плата за помилки;
- якщо використовувати фахівців для стратегії розвитку – висока вартість унікальної розробки.
- якщо не використовувати інновації в наявній стратегії, вона втрачає свою ефективність. Українським підприємцям також варто звернути увагу на досягнення іноземних підприємців, які досягли своїх, правильно поставлених, стратегічних цілей:

Bank One Corporation стратегічна мета – «Завжди входити до трійки лідерів фінансового ринку».

Ford Motor Company стратегічні цілі – «Задовольняти наших клієнтів за рахунок поставки якісних легкових та вантажних автомобілів, розробки нових видів продукції, зменшення часу промислового впровадження нових транспортних засобів, підвищення ефективності всіх підприємств та виробничих процесів, створення партнерських відносин із працівниками, профспілками, дилерами та постачальниками».

Bristol-Myers Squibb стратегічна мета – «Зосередити наші зусилля у глобальних масштабах на таких санітарно-гігієнічних товарах, у виробництві яких ми займаємо перше чи друге місце, забезпечувати споживачів товарами чудової якості» [1].

Найкращий варіант для прийняття стратегічного рішення є попередження змін та використання інновацій за іноземними прикладами. У нестабільному світі підприємства, треба вчасно реагувати, тримаючи при цьому свій курс на обрану ціль, але в такому випадку не обійтися без технологічного і соціального прогнозування [2].

Таким чином, підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновки, що стратегія розвитку підприємства необхідна в будь-якій сфері діяльності.

Потрібно враховувати, що при розробці стратегії розвитку підприємство несе тимчасові, фінансові та матеріальні витрати, які можуть окупитися лише в ході успішної реалізації стратегії, але не гарантують успіху. Також у рамках розробки стратегії розвитку керівництву підприємства необхідно розширювати інформаційні та інтелектуальні ресурси. Своєчасний, точний та якісний збір інформації, а також її обробка та аналіз дозволять скласти повне уявлення про фактори впливу та можливості підприємства. Проте щоб якісно проаналізувати отриману кількість інформації, необхідно постійно підвищувати кваліфікацію співробітників, які займатимуться систематичним проведенням аналізу та оцінки підприємства. Тільки при врахуванні всіх принципів стратегічного управління та проблем, що виникають при розробці стратегії, можна досягти якісного визначення стратегії розвитку підприємства та її реалізації.

Список використаних джерел:

1. Примеры формулировки стратегического видения и миссии. <https://helpiks.org/7-70472.html>
2. Наливайко А. Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку: монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.

Токар А.С., СВО Бакалавр, спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Науковий керівник: д.е.н., професор Махмудов Х. З.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одним з найпопулярніших видів доставки вантажів в Україні є автомобільні перевезення. У зв'язку з виникненням великої кількості дрібних приватних компаній, що надають послуги з перевезень вантажів та активним освоєнням нашого ринку іноземних вантажоперевізних компаній, конкурентна ситуація на транспортному ринку набуває якісно нових рис. Якість, яка відповідає вимогам споживача, визначає рівень конкурентоздатності кожного підприємства.

Стимулом, який змушує кожне підприємство постійно вдосконалювати якість товарів і послуг виступає конкуренція. Підтримка належного рівня конкурентоспроможності має важливе значення та являється вирішальним фактором успішної комерційної діяльності підприємства. Удосконалення системи управління якістю транспортних послуг є одним з найважливіших напрямів для підтримки зростання обсягу перевезень, розширення клієнтської бази, стійкого ринку збуту та стабільного прибутку.

Ефективна система управління якістю, безумовно, дозволяє значно знизити ризики. Тому, як зарубіжні, так і вітчизняні науковці-економісти особливо зосереджують увагу на питаннях формування економічних відносин, пов'язаних з плануванням та управлінням процесами логістики, які відбуваються на підприємствах з урахуванням їх адаптивності до зовнішнього середовища в контексті сучасних тенденцій к інтеграційним процесам [2].

З метою збереження клієнтів необхідно врахувати їх інтереси. Це означає не просто глибоку знання і розуміння своїх клієнтів, а стратегічне впровадження бази знань про клієнтів в усі сфери компанії, починаючи від високого рівня менеджменту і закінчуючи кожним співробітником, який безпосередньо працює з клієнтами. Удосконалення і зміцнення довгострокових відносин з клієнтами – ключ до успіху, центральна ланка процесу управління взаємовідносинами з клієнтами. Назва такого підходу управління – клієнтоорієнтований.

Якщо підприємство функціонує ефективно, якісно надає логістичні послуги, відповідно його клієнтська база дуже велика. У зв'язку з цим врахувати побажання кожного клієнта досить важко. Виходом із цієї ситуації є застосування автоматизованих систем управління підприємством. Customer

Relationship Management (CRM) – це концепція управління взаємовідносинами з клієнтами, що заснована на розумінні наступних запитань: Хто такі клієнти компанії? Чого вони оцінюють для себе? Що можуть дати самі?

Детальний аналіз інформації по контрактам з клієнтами дає можливість підвищувати рентабельність роботи за рахунок вироблення індивідуальних стратегій. Ідеологія CRM передбачає перехід від стратегії мас-маркетингу і масових продажів до індивідуального (One-to-One) продажу, налаштованим або допрацьованим таким чином, щоб вони відповідали персональним вимогам клієнтів. За допомогою CRM-систем об'єднуючи інформацію про клієнта з фінансовими даними, можна розрахувати вигідність та важливість клієнта для компанії. Сегментація споживачів полягає в поділі їх на певні групи для яких необхідно використовувати певні стратегії обслуговування, що дозволить отримувати максимальний прибуток при мінімальних витратах [3].

При можливості постійного контролю і перевірки дій щодо кожного сегменту з часом виробляється оптимальна стратегія збереження клієнтів, яка ґрунтується на таких положеннях (табл. 1).

Таблиця 1

Основні положення оптимальної стратегії збереження клієнтів

Суть положення
Накопиченні і аналізі доходів, прибутків і витрат на обслуговування і просування, пов'язаних з кожною клієнтською операцією.
Оцінці значущості клієнта і розробці моделей переваг, які допомагають компанії чітко виділити клієнтські сегменти за цими вимірами
Розробці і впровадженні спеціальних програм, налаштованих під кожен із цих сегментів

Отже, концепція управління взаємовідносинами з клієнтами являє собою не тільки автоматизацію процесів в сфері збуту, маркетингу та обслуговування клієнтів з метою підвищення ефективності цих процесів. Запропонована система Customer Relationship Management (CRM) передбачає управління взаємодіями з клієнтами на більш високому інформативному рівні і їх індивідуальна побудова відповідно до потреб клієнтів. На сьогодні більшість підприємств розуміють той факт, що продаючи тільки набір стандартних послуг, розширити бізнес неможливо і працюючи з клієнтами, які дають найбільший прибуток, необхідно адаптувати обслуговування під їх індивідуальні вимоги. Такий підхід дозволяє утримувати клієнтів, навіть якщо інша компанія запропонує більш дешеві послуги, то клієнт не раз подумає чи варто змінювати партнера.

Список використаних джерел

1. Іванова Н. Є. Транспортна логістика як потенціал глобального тренду логістики в Україні. *Транспорт і логістика: проблеми та рішення*. https://snu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/k_05_18.pdf
2. Короленко Н.В. Управління якістю логістичних процесів на підприємствах: інтегральна парадигма. // *Ефективна економіка*, 2013. № 11. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2494>
3. IT- рішення для усіх видів транспорту. <https://softline.ua/ua/directions/transport.html>.

СЕКЦІЯ 6. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 281 ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Борильченко А. Є., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к. і. н., доцент Щетініна Т. О.

ВИКОНАВЧІ КОМІТЕТИ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ФУНКЦІЇ ТА ФОРМИ ДІЯЛЬНОСТІ

У процесі розвитку та становлення місцевого самоврядування об'єктивною необхідністю стало створення виконавчих інституцій поряд з представницьким органом, що зумовлено рядом чинників, зокрема, складністю управління, неможливістю забезпечення ефективності управління лише представницьким органом. Історія розвитку місцевого управління в Україні демонструє тенденцію створення колегіальних виконавчих органів місцевого самоврядування. На різних етапах державності існували магістрати, розпорядчі міської думи, міські та земські управи, виконавчі комітети місцевих рад.

Особливості діяльності виконавчих органів місцевого самоврядування врегульовані нормами чинного законодавства, а саме: Розділ XI Конституції України, Закони України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про службу в органах місцевого самоврядування», «Про статус депутатів місцевих рад». Важливість дотримання законності при формуванні виконкому місцевої ради є беззаперечною, оскільки від цього колегіального органу залежать питання життєдіяльності територіальної громади, цілісності та ефективного використання комунальної власності, розвиток інфраструктури території тощо. Виконком як головний виконавчий орган міського самоврядування виконує функції поточного адміністративного управління цією територією. Влучним є порівняння науковцями виконавчого комітету місцевої ради з «урядом» території, який створюваний представницьким органом, що обраний громадою.

Закон України «Про місцеве самоврядування» у п. 1 ст. 11 встановлює, що «Існування в системі місцевого самоврядування виконавчих органів створює умови для життєздатності й ефективної діяльності територіальної громади, оскільки її проблеми вирішуються у власних інтересах завдяки використанню своїх відповідних структур» [1].

Питання утворення виконавчого комітету сільської, селищної, міської, районної у місті ради врегульовано у статті 51 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», згідно норм якої виконком ради утворюється відповідною радою на строк її повноважень. Після закінчення повноважень ради, сільського, селищного, міського голови, голови районної у місті ради її виконавчий комітет здійснює свої повноваження до сформування нового складу виконавчого комітету.

Кількісний склад виконавчого комітету визначається відповідною радою.

Закон закріплює за цими суб'єктами місцевого самоврядування достатньо вагомі повноваження у сфері соціально-економічного і культурного розвитку, планування та обліку, у галузі бюджету, фінансів і цін, зовнішньоекономічної діяльності [1].

Питання взаємодії місцевих рад з їх виконавчими комітетами відображають форми діяльності останніх, які в науковій літературі поділяють на правову, організаційну та матеріально-технічну (табл. 1).

Таблиця 1

Форми діяльності виконавчих комітетів місцевих рад

Форми діяльності		Зміст діяльності
Правова	Нормо-творча	реалізується шляхом прийняття рішень, що носять нормативний характер
	Право-застосовча	здійснюється шляхом прийняття рішень з питань організаційної й поточної роботи
		здійснюється шляхом прийняття рішень щодо виконання законодавства України та рішень місцевих рад
	Контрольна	контроль за ефективністю діяльності підприємств, установ, організацій, що перебувають у комунальній власності, з боку відділів, управлінь та інших виконавчих органів рад і їх керівників, апарату виконкому
контролі з боку самого виконкому за законністю актів відділів, управлінь та їх керівників з правом їх зміни або відміни		
Організаційна		засідання виконкому
		персональна діяльність членів виконкому
		участь членів виконкому в сесіях місцевих рад
		засіданнях постійних комісій ради
		звіти про діяльність членів виконкому перед радою
Матеріально-технічна		робота з депутатськими запитами і зверненнями
		складання проекту місцевого бюджету і звіту про його виконання
		складання проектів програм соціально-економічного, культурного розвитку
		матеріально-технічне забезпечення діяльності ради

Наведений перелік змісту форм діяльності виконавчих комітетів місцевих рад не є вичерпним. Так, наприклад, матеріально-технічна форма уособлює ту роботу, яку виконкоми повинні проводити для забезпечення діяльності депутатського корпусу, а саме: робота з депутатськими запитами і зверненнями; складання проекту місцевого бюджету і звіту про його виконання; складання проектів програм соціально-економічного, культурного розвитку; матеріально-технічне забезпечення діяльності ради. Наповнення форм діяльності виконкомів місцевих рад конкретними справами відображається на сайті відповідної громади, як правило, в окремій вкладці «Виконавчий комітет», яка, в свою чергу, має розділи «Керівництво», «Регламент», «Структурні підрозділи» тощо [2].

Таким чином, виконавчі комітети сільських, селищних, міських, районних у містах (у разі їх створення) рад є виконавчими органами, діяльність

яких реалізується у межах визначених законом повноважень та у певних формах.

Список використаних джерел:

1. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР; редакція від 13.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 15.02.2022).

2. Глобинська громада: офіційний сайт. URL: <https://globynska-gromada.gov.ua/> (дата звернення 15.02.2022).

*Веремчук А.Т., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І.М.*

ЕТИЧНА ПОВЕДІНКА ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Позитивний імідж вкрай важливий для посадових осіб органів місцевого самоврядування, так як він визначає ступінь довіри та визнання роботи публічного службовця суспільством, є критерієм оцінювання ефективності програм і перетворень, що проводяться в Україні. Імідж посадової особи ОМС – це представлення широкого кола громадськості рис, притаманних лише цьому колу працівників. Імідж може проявлятися в умінні виражати й реалізовувати завдання та інтереси ОМС, який посадова особа представляє, у володінні певним обсягом своєрідних знань, умінь і навичок, у професійності, етичній культурі, етиці ділового спілкування. Позитивний імідж є вкрай важливим для посадової особи, так як він визначає ступінь довіри та визнання її громадою, є критерієм оцінки ефективності програм і перетворень, що проводяться ОМС.

За допомогою знань про носіїв іміджу посадових осіб ОМС можна скласти певне уявлення про їх діяльність. Таке знання засноване перш за все на сприйнятті основних характеристик цих носіїв, які, в свою чергу, можна поділити на наступні об'єкти (рис. 1).

Імідж публічного службовця може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний імідж органів МС є показником авторитету та успішності діяльності зазначеного органу, він говорить про ефективність діяльності, впливовість, добробут населення, здатність швидко реагувати на глобальні виклики. Процеси глобалізації, що стали визначальним чинником розвитку сучасної цивілізації, потребують оперативності та координованості дій органів місцевого самоврядування, що можна досягнути лише за рахунок конструктивної, злагодженої співпраці з громадськістю. В очах громадськості посадова особа ОМС – це особа, яка працює в органах місцевого самоврядування, має відповідні посадові повноваження у здійсненні організаційно-бюрократичних та консультативно-дорадчих функцій та отримує

заробітну плату за рахунок місцевого бюджету. Їх поведінка, ставлення до справ громадян формує не лише власний авторитет, проте й авторитет органу місцевого самоврядування.

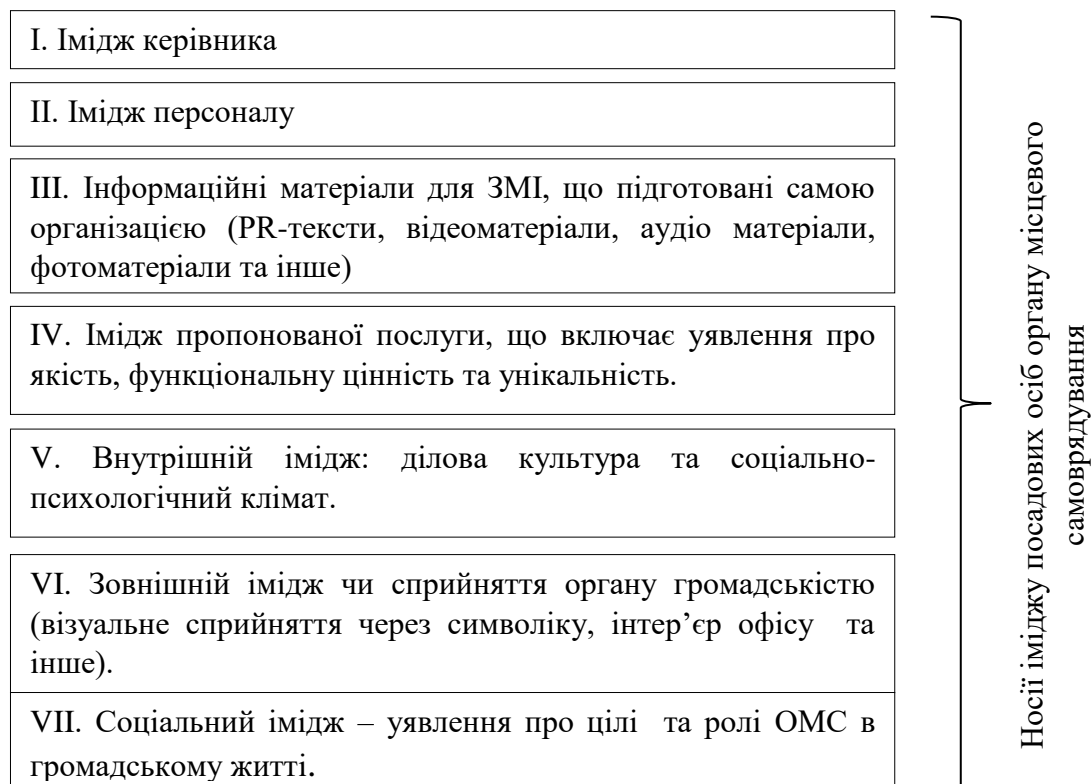


Рис. 1. Об'єкти носіїв іміджу посадових осіб ОМС

Якщо мова ведеться про позитивний імідж, то для посадової особи важливо дотримуватися нормативно-правових актів, що регламентують професійну діяльність і передбачають відповідальність за порушення встановлених приписів. Сюди слід також віднести дотримання «Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» [2]. Мова йдеться і про служіння інтересам громади, і повага до особистості, дотримання принципів законності, лояльності, політичної нейтральності, особистої відповідальності, загальних моральних принципів, виконання службових обов'язків, відкритості, неприпустимості корисних і корупційних дій, залучення до бізнесу.

Серед факторів, що негативно позначаються на іміджі посадової особи органу МС: непослідовність у діях (говорять одне, а роблять зовсім інше); відсутність патріотизму; неетичність по відношенню до людей та своїх колег; закритість, бюрократична тональність в роботі; сварки та конфлікти між посадовцями; Несумлінне виконання своїх обов'язків та ін. [1].

Таким чином, на даний час, імідж публічної особи органу місцевого самоврядування є показником низького рівня довіри до нього населення. Відчутним є дефіцит чесних, компетентних, професійних кадрів. Саме тому необхідно звернути увагу на побудову позитивного іміджу посадових осіб органів МС. Завданням органів місцевого самоврядування є створення

професійних органів, в яких кожна посадова особа повинна: бути професіоналом своєї справи, відповідально ставитись до висунутих обов'язків, сумлінно виконувати доручену справу, чітко дотримуватись законності, морально-етичних норм поведінки, як по відношенню до своїх колег, так і до населення в цілому. Крім професіоналізму та компетентності публічні службовці повинні бути порядними, чесними, патріотично налаштованими. Саме ці якості в певній мірі вплинуть на формування позитивного іміджу посадової особи органу місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Глущенко К. С. Проблеми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: системний аналіз. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 3, 2016. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=957>. (дата звернення 10.02.22).

2. Загальні правила етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування: Наказ Національного агентства України з питань державної служби 05.08.2016 № 158. Веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16/paran6>. (дата доступу: 25.02.2022).

Діденко С. М., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дивнич О. Д.

АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕРВІСНОГО ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Загальновідомо, що базис сервісної концепції, сформований в результаті наукових дискусій у США та Західній Європі в 80-90-х роках ХХ століття, основою передбачено концепцію сервісного публічного управління, яку б забезпечували державні органи та місцеві органи влади, що одночасно, передбачає оптимізацію їх повноважень та їх правову взаємодію із суспільством, а також ефективне надання публічних послуг.

Є очевидним, що у рамках цієї концепції метою держави є служіння особистості, людині. Держави мають задовольняти потреби та інтереси окремих осіб та груп у контексті їх взаємодії з окремими особами, при цьому майже всі види діяльності є державними послугами чи публічними послугами, а особи (споживачі цих послуг) – як показники ефективності держави.

Це пояснюється тим, що ефективна державна система є основним фактором національної конкурентоспроможності та передумовою демократичного управління на основі верховенства права.

Наразі суть реформи полягає у зменшенні адміністративного тягаря державного регулювання, підвищенні якості надання адміністративних послуг, забезпеченні законності та передбачуваності адміністративних дій, підвищенні

адміністративної ефективності та забезпеченні підзвітності перед населенням в цілому.

Безумовно, це вимагає і передбачає визнання таких орієнтирів функціонування системи державного управління, як: інтереси суспільства, забезпечення сталого розвитку країни, надання якісних послуг [1].

З огляду на сервісну державу доцільно розглядати як слід розглядати як державу, в якій гідне життя, права і свободи людини гарантуються системою соціально-правових гарантій, а саму сервісну державу слід розглядати як особливу політичну форму державної влади зі спеціальним апаратом управління, що функціонує з метою надання публічних послуг громадянам.

У цьому випадку реалізація сервісного підходу передбачає оптимізацію владно-правової діяльності у таких напрямках, як:

- розвиток мережевих форм управлінської взаємодії,
- розвиток «онлайн-послуг»,
- розвиток «електронного врядування»,
- розвиток комунікативних технологій контролю і планування,
- надання публічних послуг на основі інформаційно-комунікативних технологій тощо.

Сервісний підхід розглядають як спосіб забезпечення сталого розвитку держави. Наприклад, В. Куценко вважає, що становлення сервісної держави є умовою досягнення мети довгострокової стратегії сталого розвитку України щодо вдосконалення суспільного середовища на гуманістичних засадах сталості й безпеки, формування вільної, забезпеченої всіма можливостями для самовиявлення, фізично й духовно розвиненої, гармонійної особистості. Ідеологічною основою цієї стратегії, на думку науковця, є людиноцентрична система цінностей, що передбачає створення ефективних каналів соціальної взаємодії та механізмів формування людського і соціального капіталів, умов для максимальної реалізації інтелектуального, культурного, творчого потенціалу людини і соціуму загалом [2, с. 65].

Так, Н. Васильєва акцентує увагу на тому, що соціальне призначення сервісної держави «проявляється через діяльність владних інституцій з надання публічних послуг» [3, с. 283].

Таким чином, концепція сервісної держави пов'язана переважно з концепцією соціальної держави і розглядається як ефективний інструмент вирішення соціальних, особливо соціально-економічних проблем, а також акцентує увагу на соціально орієнтованій політиці обслуговування, спрямованій на економічну та соціальну гармонію, тоді як соціальні фактори відображають або розкривають зміст і спрямованість соціальної держави.

Список використаних джерел:

1. Деякі питання реформування державного управління України : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План, Заходи від 24.06.2016 № 474-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/474-2016-p#n9>.

2. Куценко В. І. Соціальний вектор економічного розвитку : монографія / під наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАН України Б. М. Данилишина. Київ : Наукова думка, 2010. 736 с.

3. Васильєва Н. В. Сервісна держава: різноманітність розуміння та проблемність побудови. Університетські наукові записки. 2017. № 61. С. 279–288. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2017_1_30.

*Зінченко Ю.Ю., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О.І.*

ПРОЗОРИСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ПОІНФОРМОВАНІСТЬ ГРОМАДЯН ПРО ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ

Доступ до інформації є невід'ємною частиною демократії, оскільки сприяє участі громадськості в суспільному житті, підзвітності публічних службовців та прозорості органів влади загалом. Ми розуміємо рівень поінформованості громадян, їх об'єднань про наміри, рішення та дії органів місцевого самоврядування, розуміння обумовленості, змісту та значення політичних дій органів місцевого самоврядування, також своїх прав і свобод як прозорість діяльності муніципалітетів [1].

Для здійснення аналізу прозорості влади скористаємося дослідженнями українського представництва міжнародної антикорупційної мережі Transparency International в рамках проекту «Розбудова прозорості в містах України», що втілюється за підтримки Фонду Демократії ООН. Реалізація даного проекту відбувається з метою управління практичним досвідом щодо запобігання та подолання корупції в місцевих органах самоврядування.

У міжнародному дослідженні представлено рейтинг 100 найбільших міст України. Станом на 2020 р. дещо змінилися лідери. Найпрозорішими стали міста Маріуполь (з 28,1 абсолютних бали в 2017 р. до 86,6 в 2020 р., далі так само), Львів (із 59,7 до 85,2), Дрогобич (із 46,2 до 78,1), Вінниця (з 48,9 до 76,0), Тернопіль (з 33,5 до 75,1), Кам'янське (з 26,5 до 74,9), Покров (з 18,3 до 74,8), Бахмут (з 27,3 до 73,1), Дніпро (з 25,5 до 71,9), Володимир-Волинський (з 34,6 до 71,6) [2]. Одразу два міста потрапили до категорії «прозорих» – це Маріуполь і Львів. 57 міст показали позитивний приріст балів, лідером 2020 р. з приросту балів у Рейтингу прозорості став Володимир-Волинський, який додав до показників 2019 р. 22 бали.

Розглянемо детальніше прозорість та публічність шести міст Полтавської області, які теж були досліджені українським представництвом міжнародної антикорупційної мережі Transparency International, а саме: Полтава, Кременчук, Горішні Плавні, Миргород, Лубни (табл. 1).

Найбільш прозорим містом в 2020 р. є Кременчук (60,2 бали, 20 місце), практично рівні позиції міст Полтави, Горішніх Плавнів та Миргорода (55-57 місця у рейтингу), найменш прозорим є місто Лубни (36,1 бал, 77 місце у

рейтингу). П'ять з шести міста Полтавської області мають показник прозорості та публічності органів влади вище середнього.

Загальний бал прозорості кожного з аналізованих міст Полтавської області зростає: Полтава – 44,4 в 2020 р. проти 23,5 в 2017 р.; Кременчук – 60,2 проти 49,6; Горішні Плавні – 44,1 проти 35,8; Миргород – 43,8 проти 31,6; Лубни – 36,1 проти 15,3. Проте, у 2020 р. в порівнянні з 2017 р. посіли значно нижчі місця в рейтингу Кременчук (20 проти 8), Горішні Плавні (56 проти 21), Миргород (57 проти 44), що пов'язано з розширенням вибірки та значно більшими темпами зростання показників прозорості інших міст. Дещо покращили свої позиції міста Полтава (55 проти 67) та Лубни (77 проти 96).

Чим вищий Рейтинг прозорості міста, тим важче виконати показники. Захопити перші позиції важче, ніж їх зберегти – визнають керівники досліджень.

Таблиця 1

Показники прозорості міст Полтавської області у загальному рейтингу серед 100 міст України, 2020 р.

Назва міста	Макс. бал	Кременчук	Полтава	Горішні Плавні	Миргород	Лубни
Місце		20	55	56	57	77
Рейтинг	100	60,2	44,4	44,1	43,8	36,1
1. Інформація про роботу органів місцевої влади	10	5,2	3,9	5,2	5,0	3,0
2. Доступ та участь	10	5,4	6,8	5,2	8,0	6,5
3. Закупівлі	7	1,0	1,3	1	1,0	1,0
4. Житлова політика	7	3,0	1,0	0,8	0,5	2,0
5. Бюджетний процес	8	5,0	3,0	2,0	4,0	1,8
6. Фінансова та матеріальна допомога, гранти	8	5,5	6,0	3,0	2,0	1,5
7. Соціальні послуги	4	1,0	0,5	1,0	1,0	1,0
8. Кадрові питання	5	3,0	1,0	2,0	2,0	1,5
9. Професійна етика та конфлікт інтересів	6	4,8	2,2	2,3	2,5	0,3
10. Землекористування та будівельна політика	10	5,5	4,0	4,5	5,0	3,0
11. Комунальні підприємства	10	5,0	1,5	6,0	2,7	4,4
12. Комунальне майно	8	4,5	3,5	4,6	4,3	2,4
13. Освіта	7	2,5	3,0	3,8	2,5	1,5
14. Інвестиції та економічний розвиток	13	8,8	6,8	2,7	3,3	6,2

Узагальнено з використанням: [2].

За результатами дослідження вищезгаданих населених пунктів Полтавської області найбільш прозорою є інформація в сферах: інформація про роботу органів місцевої влади, доступ та участь, землекористування та будівельна політика, інвестиції та економічний розвиток (Кременчук, Полтава).

В місті Кременчуці за 2017-2020 рр. зріс рівень прозорості за більшістю індикаторів, а саме таких як «Житлова політика», «Бюджетний процес», «Фінансова та матеріальна допомога, гранти», «Кадрові питання»,

«Антикорупційна політика та професійна етика», «Комунальні підприємства», «Інвестиції та економічний розвиток».

Полтава одне з двох міст, які покращили свої позиції. Можна спостерігати зростання кількості балів за індикаторами «Доступ та участь», «Бюджетний процес», «Фінансова та матеріальна допомога, гранти», «Антикорупційна політика та професійна етика», «Землекористування та будівельна політика», «Комунальне майно», «Освіта». Найбільш близькі до максимального показники за напрямками «Доступ та участь», «Фінансова та матеріальна допомога, гранти». Найбільший відносний приріст за індикаторами «Освіта», «Комунальне майно», «Антикорупційна політика та професійна етика», «Доступ та участь». Зменшилася кількість балів за індикаторами «Закупівлі» та «Кадрові питання».

Місто Горішні плавні за досліджуваний період в рейтингу додало лише 8,3 бали, що знизило його місце на 35 позицій. Найбільші досягнення за період з 2017 р. спостерігаємо за індикаторами «Комунальні підприємства», «Освіта», «Фінансова та матеріальна допомога, гранти». Неочікуваним є різке зменшення кількості балів за індикатори «Інформація про роботу органів місцевої влади», «Закупівлі», «Бюджетний процес». Рівень оцінки в 2020 р. за іншими індикаторами близький до рівня 2017 р.

Місто Миргород є ще одним з тих що погіршило свою позицію на 13 місць при збільшенні сукупної кількості балів на 12,2. В 2020 р в порівнянні з 2017 р. за більшістю індикаторів спостерігається лише незначне зростання або стабільний рівень показника. Проте і зменшення відбулося лише за індикатором «Освіта».

Місто Лубни за досліджуваний період показало найбільший приріст сукупної кількості балів, хоча воно і з цим результатом займає лише 77 місце в рейтингу (36,1 бала). Воно теж демонструє зростання оцінки майже за всіма індикаторами, при цьому найбільший приріст спостерігається за такими: «Комунальні підприємства», «Доступ та участь», «Житлова політика», «Кадрові питання», «Освіта».

Важливо, що Transparency International Ukraine комплексно підходить до розробки і впровадження змін: надає рекомендації щодо збільшення підзвітності та поширення кращих практик для представників місцевої влади; пропонує готові рішення для органів місцевої влади щодо підвищення рівня прозорості та підзвітності, забезпечує підтримку міст у процесі змін; навчає активістів інструментам забезпечення прозорості та контролю діяльності місцевої влади; проводить неформальне навчання з тем прозорості та підзвітності для ОМС, активістів та представників бізнесу. Використати запропоновані можливості розвитку механізмів громадського контролю влади органи місцевого самоврядування можуть долучившись до проекту «Розбудова прозорості в містах України». Важливою умовою успіху є також корегування кадрової політики в напрямку підвищення кваліфікації посадових осіб, які організують роботу із забезпечення доступу до публічної інформації, відповідальних за наповнюваність і роботу веб-сайтів і т. ін.

Список використаних джерел:

1. Доступ до інформації і межі прозорості державної влади. URL: [file:///C:/Users/oserd/Downloads/GGG_%234_\(UKR\)%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/oserd/Downloads/GGG_%234_(UKR)%20(2).pdf) (дата доступу: 22.02.2022).
2. Рейтинг прозорості 100 міст. URL: <https://transparentcities.in.ua/transparency-rating> (дата звернення: 22.02.2022).

*Гнаток Є.М., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д. е. н., професор, Дорофєєв О.В.*

ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Сучасний стан реформи децентралізації влади показав, що більшість територіальних громад не можуть повноцінно функціонувати через сукупність певних факторів. Їхня ідентифікація й аналіз дозволять зменшити перешкоди і побудувати реальний, спроможний інститут місцевого самоврядування.

Проблемні аспекти діяльності органів місцевого самоврядування (ОМС) досліджували такі науковці як: М.О. Баймуратов, О.В. Батанов, Ю.В. Ковбасюк, А.П. Лелеченко, П.М. Любченко, А.Ф. Мельник, Г.Л. Монастирський, Н.Р. Нижник, О.В. Скрипнюк, А.Ф. Ткачук та інші. Аналіз напрацювань представлених авторів дозволяє сформулювати три головні проблеми, котрі перешкоджають ефективному функціонуванню ОМС в Україні, а саме: неповноцінне виконання з боку держави свого обов'язку щодо забезпечення належними умовами (матеріальними, фінансовими, організаційними тощо) здійснення ОМС своїх повноважень (у тому числі й делегованих); наявність значної кількості прогалин і невизначеностей у Конституції України щодо процесу децентралізації; кадрова проблема.

Так, з року в рік можна спостерігати нестачу коштів ОМС. Бюджетна система України спрямована на підтримку не самодостатніх, а дотаційних територіальних громад і регіонів за правилом: чим більше надходжень до місцевого бюджету за рахунок внутрішніх джерел, тим більше вилучень треба чекати у наступному році. А чим менше таких надходжень, тим більше поступає до місцевого бюджету коштів із Державного бюджету України за рахунок міжбюджетних трансферів з метою фінансового вирівнювання. Таким чином, створюється патова ситуація, котра гальмує весь регіональний розвиток [1].

У Основному Законі досі чітко не визначено правовий статус місцевого самоврядування, його територіальна основа, не розмежованими залишаються повноваження ОМС та ОБВ, відсутні виконавчі органи у представницьких органах районного та обласного рівня, адже за Конституцією України передбачено створення лише виконавчого апарату районної та обласної ради.

Законодавчо незакріпленим залишається право громади управляти комунальною власністю.

Дедалі гостріше постає питання формування якісно нової генерації управлінських кадрів – службовців органів місцевого самоврядування, свідома орієнтація та фаховий рівень яких відповідає потребам часу, прагненням, сподіванням і вимогам українського народу до системи адміністративного забезпечення державного управління [2, с. 35].

Також слід відмітити, що зараз ОМС здійснюють відбір не просто фахових спеціалістів, а інноваційно налаштованих, політично не заангажованих, національно свідомих, не схильних на корупційні дії, реальних патріотів, які мають потенціал для управлінської діяльності та готові до копіткої роботи, у тому числі – і над собою.

Звичайно зрушення у напрямку децентралізації є досить відчутними, але це не означає у недоцільності її подальшого розвитку, тому виходячи із вищезазначених проблем, ми пропонуємо такі напрямки їх вирішення:

- вдосконалити положення Бюджетного Кодексу України в сфері міжбюджетних відносин;
- забезпечити фінансову самодостатність ОМС [3];
- внести зміни до Конституції України щодо процесу децентралізації;
- прийняти нову редакцію Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»;
- кодифікувати законодавство про місцеве самоврядування;
- створити належні механізми контролю за діяльністю ОМС як з боку держави так і з боку громадян;
- вдосконалити нормативно-правову базу кадрового забезпечення ОМС;
- розробити професіограми кадрового складу ОМС із залученням відповідних експертів та передбачити можливість їх удосконалення;
- підготувати програми підготовки викладачів та експертів, що мають надавати затребувані теоретичні, правові та практичні знання і вміння кадровому складу сільських, селищних, міських рад, їхніх виконавчих органів, особливо з проектного менеджменту, бюджетного управління тощо [4];
- забезпечити системну фахову підготовку посадових осіб ОМС.

Таким чином, наведені нами проблемні аспекти функціонування ОМС потребують оперативного вирішення як з боку держави, так і з боку місцевого самоврядування. Врахування запропонованих шляхів їх вирішення дозволить сформулювати повноцінну систему місцевого самоврядування на всіх рівнях територіального устрою країни, тобто забезпечити безперешкодне та ефективне функціонування інституту місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Мальчин Ю. Проблеми розвитку місцевого самоврядування в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Історичні науки.* 2017. Т. 28 (67). 28 с.

2. Дембіцька С. Кадрове забезпечення органів державної влади в Україні. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Юридичні науки.* 2014. № 782. 35 с.

3. Ключевський В.І. Органи місцевого самоврядування в Україні: історичний аспект та нагальні проблеми сьогодення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління.* 2019. Т. 30 (69), № 6. 104 с.

4. Задорожна С.М. Актуальні питання кадрового забезпечення об'єднаних територіальних громад в Україні. *Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток.* 2017. Т. 12 (3). 45 с.

*Колісник О.Д., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ.упр., професор Лозинська Т. М.*

РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

Молодь завжди відіграє одну з найважливіших ролей у соціальному житті населення і разом із цим є частиною населення, яка потребує створення спеціальних умов (економічних, організаційних, правових) та гарантій їх реалізації. Розв'язання складних суспільних проблем і організація господарської діяльності в критичних ситуаціях часто вимагають вміння працювати в команді та терпимості до існування різних точок зору щодо знаходження оптимального варіанту рішення [1]. У цьому контексті молодіжні спільноти, не маючи негативного досвіду управління, можуть продемонструвати здатність до інновацій, лідерства та стійкості. Тому інтереси молоді стають складовою молодіжної політики у багатьох країнах.

Засади молодіжної політики в Україні окреслені в ряді документів, прийнятих Верховною Радою України: Декларації «Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні» від 15 грудня 1992 р. [2] та Законі України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (5 лютого 1993 р.) [3] (втратили чинність у 2021 р.), в яких унормовується створення необхідних умов соціального становлення молоді та її розвитку та основні напрями реалізації молодіжної політики в Україні. Виходячи із законодавства, можемо стверджувати, що молодіжна політика – це складна система багатовимірних відносин, у якій ми визначаємо відносно незалежні структурні елементи, такі як ідеї, концепції, принципи, функції, пріоритети, напрямки діяльності та стратегії; відносини між суб'єктами соціально-політичних процесів, пов'язаних з розробкою та реалізацією молодіжної політики, так званий процес політичної соціалізації молоді, ряд політичних та адміністративних рішень, прийнятих компетентними органами в контексті молодіжної політики [4].

Окремі складові молодіжної політики, зокрема, правові засади політики в справах сім'ї та молоді сформульовано в ст. 51 Конституції України, згідно з

якою сім'я, дитинство, материнство й батьківство охороняються державою. Держава постійно дбає про матеріальну підтримку молоді, про що свідчить низка законів України та інших нормативно-правових актів. Цьому сприяють Закони України «Про соціальну роботу з дітьми та молоддю» від 21 червня 2001 р. та «Про внесення змін до Закону України «Про сприяння соціальному становленню і розвитку молоді України», які визначають загальні засади створення організаційних, соціально-економічних, політико-правових умов, соціального становлення й розвитку молодих громадян України в інтересах особистості, суспільства та держави, основні напрями реалізації державної молодіжної політики в Україні щодо соціального становлення й розвитку молоді. Постановою Кабінету Міністрів України від 2 червня 2021 р. затверджено Державна цільова соціальна програма «Молодь України» на 2021-2025 роки, метою якої є «...створення можливостей для самореалізації та розвитку потенціалу молоді в Україні, її участі та інтеграції у суспільне життя» [5].

Розглядаючи молодіжний рух загалом, не можна не відмітити, що основну його складову становить студентський рух. Студентська молодь завжди була в авангарді всіх соціальних перетворень та політичних рухів, а нерідко ставала і їх рушійною силою. Сьогодні значного поширення і розвитку в Україні набув такий тип формальних організацій студентської молоді, як органи студентського самоврядування в закладах вищої освіти, які поступово перетворюються в помітних стейкхолдерів навчального процесу. Студентське самоврядування сприяє задоволенню молодіжних потреб, реалізації студентських інтересів, є середовищем спілкування і взаємодії молоді. Необхідно враховувати, що в студентському “суспільстві” діють, крім загальноприйнятих законів і норм поведінки, специфічні правила, права і свободи, обов'язки і відповідальність.

Незважаючи на те, що студентське самоврядування в Україні має тривалу історію (варто згадати діяльність Кирило-Мефодіївського братства Київського університету середини ХІХ ст.), особливістю сучасного студентського самоврядування є те, що його розвиток відбувається в умовах української незалежності і тому проблеми студентства обумовлюються і проблемами становлення української державності. Аналізуючи розвиток студентського самоврядування у закладах вищої освіти України, дослідники називають ряд проблем, які перешкоджають ефективному функціонуванню цього суспільного інституту в нашій державі. Основні проблеми студентського самоврядування стисло окреслили Коваленко І. та Коваленко А.: «...правовий нігілізм та слабка соціальна активність студентства, зумовлена жорсткою регламентацією і високим ступенем заформалізованості організаційно-правових засад студентського самоврядування, наявністю латентних форм контролю за його функціонуванням з боку адміністрації вищих навчальних закладів, штучне звуження нею рівня прав та свобод студентської громади щодо вирішення нагальних проблем її життєдіяльності» [6, с. 172].

Згідно з існуючим законодавством, права участі студентського самоврядування в розв'язанні питань, що стосуються вищої освіти, нерідко є

лише декларативними і дуже обмеженими. Ще однією суттєвою проблемою лідери студентського самоврядування вважають недостатнє фінансування органів студентського самоврядування для реалізації завдань та виконання власних функцій.

Серед інших проблем дослідники виділяють, зокрема, недостатню поінформованість про діяльність органів студентського самоврядування у закладах вищої освіти України, що, в свою чергу, зумовлює низьку мотивацію студентів до участі в роботі цього інституту, а також неприйняття ініціативи «згори», тобто від адміністрації закладів вищої освіти, співіснування у закладах вищої освіти України двох організацій – студентського самоврядування та профспілок, повноваження яких у питаннях, що стосуються захисту прав студентів на законодавчому рівні визначено значно конкретніше й ширше.

На сьогоднішній день представники української молоді організовуються у молодіжні організації, органи студентського самоврядування, студентські профспілки, молодіжні парламенти тощо, демонструючи помірну активність. Саме такі утворення існують переважно в умовах демократизації суспільства та влади, які сприяють розвитку активної, цілеспрямованої, сучасно адаптованої молоді. Важливим для підтримки студентського самоврядування є розроблення спеціальних регіональних програм, що дасть змогу залучити на держслужбу обдаровану молодь та сприяти її самореалізації; створити умови для підвищення рівня професійної компетентності обдарованих громадян; підвищити рівень обізнаності молоді з питань державного управління та держслужби.

Список використаних джерел:

1. Коваль Г. Молодіжні громадські організації, роль їх у формуванні національної молодіжної політики. *Державне управління*. 2004. Вип. 201. Т. 200. С. 43-48.
2. Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні: Декларація від 15.12.1992 № 2859-ХІІ (Втрата чинності 22.05.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2859-12#Text> (дата звернення 18.02.2022).
3. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 05.02.1993 № 2998- ХІІ (Втрата чинності 22.05.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2998-12> (дата звернення 18.02.2022).
4. Коваль Г.В. Молодіжний вплив громадських організацій на формування і створення державної молодіжної політики. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології*. 2013. Вип.1. С.122-131. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdypt> (дата звернення 18.02.2022).
5. Про затвердження Державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2021-2025 роки та внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.06.2021 № 579. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/579-2021-%D0%BF> (дата звернення 18.02.2022).

б. Коваленко І.П., Коваленко А.С. Студентське самоврядування як важливий чинник формування правової культури студентів. *Вісник ХДАДМ*. 2011.№1. С. 171-175.

*Колечкіна І. В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.*

ПІДТРИМКА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ОРГАНАМИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Відповідно до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року забезпечення в Україні сталого економічного зростання, інтеграційні процеси приєднання до ЄС, Організації економічного співробітництва та розвитку потребують запровадження сучасних механізмів взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які дадуть змогу посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого соціально-економічного розвитку держави та суспільства. Невід'ємною складовою активізації процесів місцевого економічного розвитку є розвиток підприємництва (насамперед, малого та середнього бізнесу), формування розвинутого бізнес-середовища, що «розблоковує місцеву економічну ініціативу», активізує бізнес-процеси та підприємницьку ініціативу.

В рамках даного дослідження розглянемо інструменти органів публічної влади, спрямовані на підтримку підприємництва в Україні. Перш за все, основний інструмент – це відповідне законодавче поле. Так, Стратегію сталого розвитку України до 2030 [4] створення сприятливого середовища для ведення бізнесу та розвитку підприємництва визначено одним із середньострокових напрямів реформування. Державна фінансова підтримка надається за рахунок державного та місцевих бюджетів. Основним нормативно-правовим документом у даному напрямі є Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва» [3], яким визначено, що державна підтримка суб'єктів підприємництва включає фінансову, інформаційну, консультативну підтримку, зокрема підтримку у сфері інновацій, науки, промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів для ведення бізнесу.

Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» [2] встановлює правові засади проведення моніторингу державної допомоги суб'єктам господарювання, здійснення контролю за допустимістю такої допомоги для конкуренції, спрямований на забезпечення захисту та розвитку конкуренції, підвищення прозорості функціонування системи державної допомоги.

Сучасним інструментом надання державної допомоги є «Портал державної допомоги», розроблений Антимонопольним комітетом України за підтримки проекту міжнародної технічної допомоги ЄС для збору інформації про чинну та нову державну допомогу, що містить реєстр державної допомоги, реєстр рішень, реєстр справ тощо [1].

Крім того, підтримка підприємництва полягає в наступному:

- наданні фінансових продуктів та програм допомоги державними банками (АТ «Ощадбанк», АТ «Укресімбанк», АБ «Укргазбанк»);
- залученні безробітних до організації підприємницької діяльності, що є однією з активних форм підтримки безробітних, яка здійснюється Державною службою зайнятості у разі відсутності на ринку праці підходящої роботи;
- підтримці підприємництва у сфері АПК з боку Мінагрополітики.

У системі центральних органів виконавчої влади головним органом, що забезпечує формування та реалізацію політики у сфері підприємництва, є Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Слід зауважити, що відповідно до чинного законодавства, фінансова державна підтримка суб'єктів малого підприємництва на державному рівні реалізується в рамках бюджетної програми «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва», головним розпорядником та відповідальним виконавцем якої є Державна регуляторна служба України.

Разом з тим, на сьогодні з державного бюджету на підтримку та розвиток МСП виділяється недостатній обсяг фінансових ресурсів. Невиконання планів фінансування національної програми сприяння розвитку малого підприємництва, очевидно, пов'язане з тим, що органи виконавчої влади, які, на жаль, змінюються надзвичайно часто, розглядають цю статтю бюджету за залишковим принципом. Проте існує і позитивний досвід підтримки МСП на регіональному рівні. Прикладом державної підтримки розвитку МСП за рахунок місцевого бюджету є м. Київ, зокрема Положення про фінансово-кредитку підтримку суб'єктів МСП у м. Києві, що реалізується Київською міською державною адміністрацією та Німецько-Українським фондом [5].

Програма фінансово-кредитної підтримки суб'єктів МСП у м. Києві спрямована на запобігання спеціалізації МСП здебільш на торговельно-посередницькій діяльності. Фінансування отримують пріоритетні для міста галузі промисловості, створення освітньої інфраструктури та надання послуг в сфері житлово-комунального господарства. Київською міською владою на фінансово-кредитну підтримку виділено 10 млн грн. За рахунок цих коштів для київських підприємців компенсуватиметься 50 % номінальної відсоткової ставки, що встановлюється кредитним договором. Так, для кінцевого позичальника відсоткова ставка буде найнижчою в Україні – близько 7,5 % [5].

Підтримка підприємництва має координуватись Регіональними фондами підтримки підприємництва, створеними у межах Українського фонду підтримки підприємництва – структури, яка за державні кошти впроваджує затверджені урядом заходи та програми, спрямовані на забезпечення для МСП

можливості отримати освітню, консультаційну, гарантійну і, зокрема, пільгову фінансово-кредитну підтримку.

Для розвитку підприємництва, поживлення та зростання бізнес-спільноти, налагодження міжсекторальної співпраці, а також поліпшення бізнес-клімату в громадах популярною практикою є створення та діяльність центрів послуг для бізнесу. Такі центри надають визначений перелік послуг і продуктів із застосуванням уніфікованих підходів. Наразі в Україні розгортається також національний проект із розвитку підприємництва Дія. Бізнес, ініційований Міністерством цифрової трансформації України. Це масштабна ініціатива з розвитку українського бізнесу. Проект має дві складові: онлайн-платформу Дія. Бізнес і офлайн – центри підтримки підприємців. Функціонування центрів Дія.Бізнес є яскравим прикладом міжсекторальної співпраці: свої зусилля поєднують громадські організації, органи влади різних рівнів, представники бізнесу. Загалом працює 11 центрів підтримки підприємців Дія.Бізнес у різних областях України. Центри Дія.Бізнес працюють як неприбуткові громадські організації, де кожен підприємець або той, хто планує ним стати, може отримати безоплатні консультаційні послуги, дізнатися про наявні гранти, пройти навчання на безоплатних тренінгах і майстер-класах. Кожен такий центр має власний веб-сайт, що дозволить підприємцям бути в курсі всіх останніх новин і ініціатив на відстані одного кліку.

Список використаних джерел:

1. Портал державної допомоги: офіційна сторінка. URL: <http://pdd.amc.gov.ua/main/home/amkuforms>
2. Про державну допомогу суб'єктам господарювання: Закон України від 01.07.2014 р. № 1555-VII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва: Закон України від 22.03.2012 р. № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
4. Про Стратегію сталого розвитку Україна до 2030: проект Закону України від 07.08.2018 № 9015 URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A?an=332>
5. Хотенко О. Державна підтримка малого та середнього підприємництва. *Інститут податкових реформ*. URL: <https://ngoipr.org.ua/blog/derzhavna-pidtrymka-malogo-ta-serednogo-pidpryyemnytstva/>

*Колечкіна І. В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.*

ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З БІЗНЕСОМ

Оскільки бізнес є активним актором не лише соціально-економічних, але й політичних процесів в країні, його взаємодія з владою має принципове

значення як для проведення реформ у різних сферах суспільного життя, так і для вироблення публічної політики. Органи місцевого самоврядування відіграють фундаментальне значення у залученні інвестицій та розвитку підприємництва як такого, на відповідній території.

Частина структурних підрозділів виконавчих комітетів місцевих рад повинна зосереджувати свою діяльність на залучення та обслуговування інвесторів, як вітчизняних так і іноземних. Відділи та підрозділи виконкомів мають здійснювати роботу з підтримки суб'єктів господарювання як опосередковано, так і безпосередньо.

Опосередковано – через реалізацію власних повноважень, які сприяють веденню господарської діяльності на даній території, покращують умови життя мешканців територіальної громади.

Безпосередньо – реалізуючи затвердженні відповідною місцевою радою програми щодо розвитку бізнес-середовища на відповідній території, з бюджетними джерелами фінансування [1].

Однак на сьогодні в Україні говорити про завершення формування дієвої інституційної системи, здатної забезпечувати ефективну взаємодію влади та бізнесу, в основі якої знаходяться чітко встановлені правила та норми їх саморегуляції, поки що зарано. Це пов'язано з комплексом невирішених проблем, основними з яких є наступні [2]:

1. Недосконалість механізмів комунікації влади з бізнесом щодо визначення основних пріоритетів розвитку країни у політичній та соціально-економічній сферах. Зазначений діалог в основному є ситуативним та активізується виключно як відповідь на внутрішні або зовнішні виклики.

2. Позиціонування влади як головної, домінуючої, а не рівноправної сторони у взаємодіях з бізнесом, яка нав'язує свої «правила гри».

3. Збереження системи диференційованого ставлення органів публічної влади до бізнесу, в основі якої знаходяться механізми прямої (персоніфікованої) взаємодії та надання преференцій окремим бізнес-структурам.

4. Низький рівень соціальної відповідальності бізнесу, його рентоорієнтована поведінка та намагання інтегруватися безпосередньо у владу (в основному це стосується тих великих підприємців, які використовують політичну діяльність для розширення власного бізнесу – так званих олігархів. Як наслідок, рівень довіри до олігархів з боку громадян є вкрай низьким – всього 8%, у той час як дрібним та середнім підприємцям довіряють 63% та 60% громадян відповідно). Інтегруючи своїх представників у владу, бізнес отримує преференції у процесах вироблення політики та задовольняє передусім не суспільні, а корпоративні інтереси, часто взагалі підмінюючи поняття.

5. Високий рівень корупції, передусім у політичній сфері, що призводить до домінування різноманітних неформальних практик, які фактично витісняють на периферію політико-управлінських процесів формальні інститути, діяльність яких пов'язана з міжсекторальними взаємодіями (рис. 1).

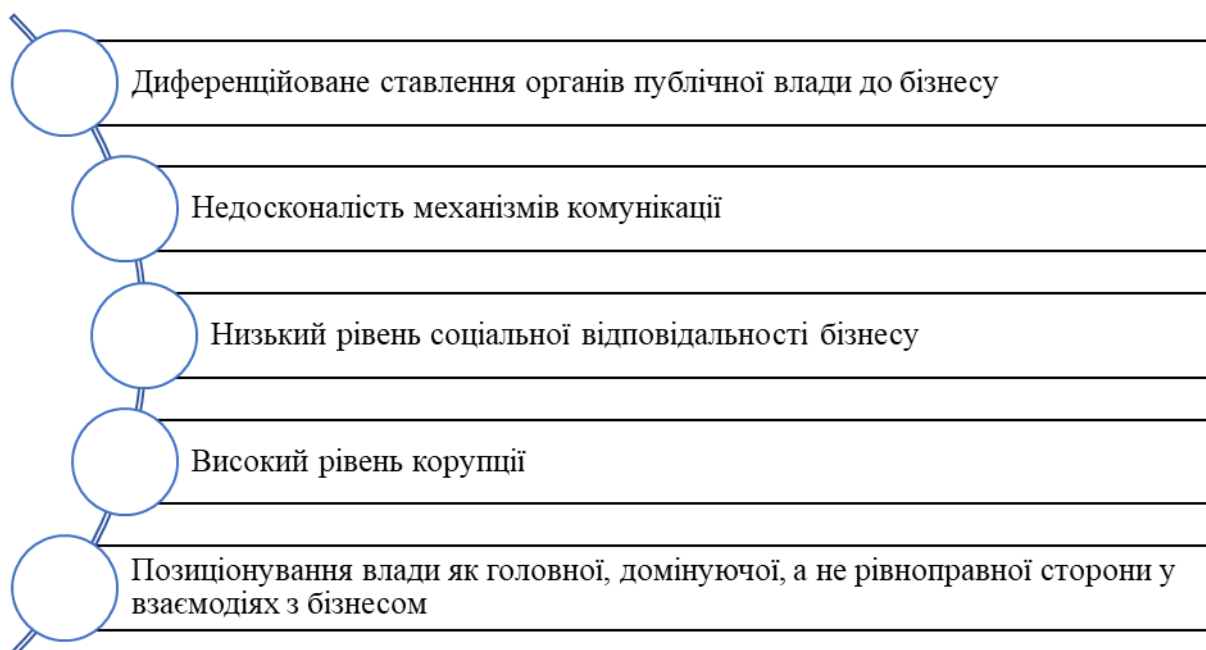


Рис. 1. Проблеми взаємодії органів публічного управління з бізнесом

Бізнес в Україні стикається з багатьма викликами, що перешкоджають його успішному розвитку. За даними аналітичного звіту «Індекс конкурентоспроможності міст 2019/2020», керівники бізнесу назвали такі 5 головних перешкод, з якими вони стикаються у своїй діяльності. Ці перешкоди входять у ТОП-5 як для мікро- та малого, так і для середнього та великого бізнесу (рис. 2).

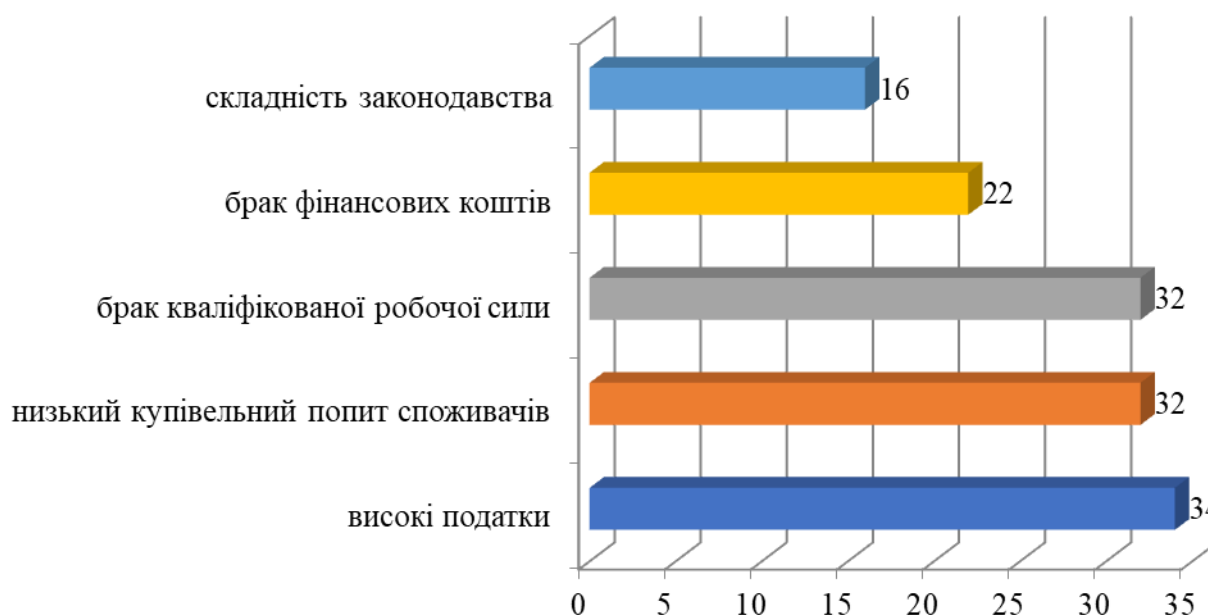


Рис. 2. Головні перешкоди, з якими підприємці стикаються у своїй діяльності [3]

Відмінним є лише рівень актуальності цих перешкод залежно від розміру бізнесу. У ТОП-10 проблем бізнесу також входять: корупція місцевої влади,

складні процедури отримання дозволів для певних видів господарської діяльності, політичні ризики, збройний конфлікт на Сході України та погана транспортна інфраструктура.

У ході аналізу наукової літератури виявлено низку обмежуючих чинників, які унеможливають ефективну взаємодію місцевих громад з приватним сектором. Насамперед йдеться про недостатнє розуміння як бізнесом, так і місцевою владою спільної цінності економічних і соціальних покращень у громаді, які в кінцевому результаті підвищують конкурентоспроможність і бізнесу, і громади. По-друге, недостатня поінформованість місцевого бізнесу та органів місцевого самоврядування про існуючі в Україні ефективні моделі співпраці між ними. Це в більшості випадків унеможливує використання переваг такої взаємодії для розвитку своїх громад. По-третє, існуюча недовіра чи/та упередженість між представниками місцевої влади та підприємницьких структур часто потребує зовнішньої медіації чи/та лідерства для напрацювання позитивного досвіду реалізації спільних проектів. По-четверте, відсутність або слабкість місцевих інституцій розвитку територій, які могли б надавати сервісну підтримку щодо залучення приватного сектору до місцевого розвитку (виявлення проблем у громаді, генерування ідей щодо їх спільного подолання, залучення додаткових ресурсів, розроблення та втілення проектів, промоція історій успіху тощо). Наостанок, брак людських та фінансових ресурсів як у місцевого бізнесу, так і в громадах потребує узгодженості підходів щодо співпраці з міжнародними донорськими організаціями задля залучення від них технічної допомоги (консалтинг, грантова підтримка, програми обмінів тощо) [4].

Криза довіри у взаємодіях влади та бізнесу виявляється у негативно забарвленому сприйнятті дій один одного. Влада побоюється несумлінного ставлення підприємців до взятих він зобов'язань (затягування термінів, низька якість послуг, перевитрата коштів). Бізнес-спільнота хвилюють проблеми інформаційної закритості органів влади, корупції, у нього викликають побоювання, нестабільність правового поля, економічні ризики, недостатність гарантій окупності вкладених інвестицій.

Інституційні зміни, що визначають характер участі бізнесу у соціально-економічному розвитку території, мають стосуватися не скільки формування його соціальної відповідальності, стільки розширення меж взаємовигідного партнерства. Споживче ставлення до бізнесу з боку влади, прагматична орієнтація на використання його ресурсів у соціально-економічному розвитку громад стають дещо неспроможними в умовах ринкової економіки. Основним вектором залучення підприємницької спільноти до вирішення місцевих проблем може стати реалізація принципів економіки співпраці, ресурсного обміну між владою та бізнесом, встановлення тісних зв'язків та комунікації. Об'єктивно низький рівень фінансової забезпеченості місцевих органів влади актуалізує необхідність пошуку та використання нематеріальних ресурсів з метою соціально-економічного розвитку територій.

Отже, взаємодія бізнесу та влади має переважно неформальний характер, і, відповідно, зберігається неоднозначність їхніх відносин. У сучасних умовах

реалізація легітимних практик співпраці бізнесу та влади стикається з низкою обмежень, не тільки об'єктивного (недосконалість нормативно-законодавчої бази муніципально-приватного партнерства, відсутність фінансових ресурсів у місцевих органів влади), а й суб'єктивного характеру.

Список використаних джерел:

1. Дубков А. В. Методи взаємодії органів місцевого самоврядування з суб'єктами підприємницької діяльності задля соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №18. С. 137-142.
2. Телешун С. О., Пухкал О. Г. Інструменти та механізми вироблення й впровадження публічної політики в Україні. Укрінформ. URL: <https://cutt.ly/YA5Q1PY> (дата звернення: 13.02.2022).
3. Аналітичний звіт «Індекс конкурентоспроможності міст 2019/2020». URL: <https://cutt.ly/sA5mdR7> (дата звернення: 07.02.2022).
4. Кокоть В. Залучення приватного сектору до розвитку громад. URL: <http://surl.li/bnttj> (дата звернення: 13.02.2022).

*Литвин Д. В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне адміністрування та управління
Науковий керівник: к.е.н., доцент Панасенко Н.Л.*

ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Поняття та сутність децентралізації публічної влади потребує висвітлення особливостей цього явища зважаючи на специфіку сфери його застосування, тобто владних відносин в державі.

Поняття «децентралізація» (від лат. «de» – заперечення, «centralize» – середній, центральний) означає знищення, скасування або ослаблення централізації і розширення прав низових органів управління [2, с. 164]. В світовій правовій теорії поняття «децентралізація» було сформовано під назвою «decentralization» і, як зазначає Ю. Панейко, передбачає поділ усіх адміністративних прав на ті, що належать до компетенції держави, і такі, що делегуються безпосередньо громаді [1, с. 90].

В Україні процес децентралізації влади обійняв переважну більшість державно-владних відносин та відносин в системі місцевого самоврядування. Реформа децентралізації публічної влади викликала системні зміни на краще в самій структурі відносин між центральними органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та органами державної виконавчої влади на регіональному рівні. Децентралізація на рівні регіонів розглядається як розширення можливостей органів публічної влади для реалізації власних функцій перерозподіляючи матеріальні ресурси, та як свободу у політичній сфері та зменшення перед центральними органами влади рівня відповідальності.

Децентралізація публічної влади являється об'єктивною потребою в процесі демократизації держави, але вона відбувається складно та має ряд проблем. Серед проблем, які потребують вирішення це протидія регіональних еліт, які намагаються утримати існуючий розподіл сфер впливу та фінансова та адміністративна спроможність. Фінансова та адміністративна спроможність об'єднаних територіальних громад буде значно вищою, ніж в окремих громадах. Але практична реалізація бюджетної децентралізації інколи не розширює, а зменшує і власні фінансові ресурси громади, і надходження до бюджетів усіх рівнів. Це є підставою для виділення найбільш проблемних питань розробити ефективні механізми та інструменти їх подолання.

Ризики, які можуть виникнути у процесі здійснення реформи місцевого самоврядування та пов'язані з цим проблемами виділив Макаров Г. В. Проблеми реалізації реформи децентралізації публічної влади були розбиті на групи. До першої групи належать проблеми, які з'являються під час визначення меж адміністративно-територіальних одиниць, тобто укрупнення територіальних громад для збільшення їх фінансової можливостей, проведення бюджетної децентралізації. До другої групи віднесено такі проблеми, які пов'язані із послабленням державного контролю за реалізацією повноважень органів місцевого самоврядування, що будуть їм передані. Це є складним через слабкі інститути громадянського суспільства. Третя група – проблеми бюджетної сфери з питань фінансування повноважень органів місцевого самоврядування. До четвертої групи віднесено проблеми пов'язані із зниженням якості місцевого управління та правомірності прийнятих рішень, спричинене низькою компетентністю посадових осіб місцевого самоврядування та слабкою системою добору до депутатського корпусу. П'ята група – проблеми щодо затвердження в областях ідей пов'язаних із політичною діяльністю, які суперечать загальнонаціональним інтересам [3].

Впровадження реформ децентралізації публічної влади Україна стикнулася із проблемою проведенням адміністративно-територіальної реформи та реформи місцевого самоврядування. Якісне впровадження цих реформ не можлива без створення єдиного системного підходу до процесу децентралізації влади в Україні, внесення змін до Конституції України, законодавчих актів України, а також для їх втілення послідовної політичної волі.

Процес децентралізації публічної влади це складний управлінсько-правовий процес, тому що будь-яке зменшення або збільшення обсягу управлінських функцій в усіх сферах місцевого управління тощо зумовлює зміну конфігурації відносин між центральними органами виконавчої влади, регіональними органами державної влади та органами місцевого самоврядування.

Децентралізація це заміна парадигми державного управління політичними та соціально-економічними процесами в державі засобами беззастережного підпорядкування із великим обсягом контролюючих функцій на таку модель розподілу владних повноважень, за якої спочатку буде вирішуватися проблеми на рівні громади та рівні регіону, а інклюзивність

участі центральних органів виконавчої влади розглядатиметься як додатковий інструмент для її подолання. Тобто, вирішуватися будь-які проблеми на рівні певної території повинні засобами доступними для цієї території.

Органи публічної влади уповноважені на виконання функцій держави, їх діяльність повинна забезпечуватися багатьма ресурсами (адміністративними, фінансовими, матеріальними). Держава практично надає можливість вирішувати проблеми локального територіального розвитку громадам самостійно.

Отже, чим більш спроможною у фінансовому та організаційному плані є громада, тим більше проблем вона може вирішувати своєчасно та оперативно.

Список використаних джерел:

1. Панейко Ю. Теоретичні основи самоврядування [Текст]: [наук. вид.]. Укр. Вільна Акад. наук в Німеччині. Мюнхен: [б. в.], 1963. 194 с.

2. Словник іншомовних слів / уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. К.: Наук. думка, 2000. 680 с.

3. Макаров Г. В. Очікувані ризики у процесі децентралізації влади в Україні. Аналітична записка. *Державне управління та місцеве самоврядування*. К.: Нац. Ін-т стратегічних дослідж. при Президентові України, 2014. Вип. № 2(21). С. 277–286., с. 281.

*Литовченко А. П., ЗВО СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: д.держ. упр., професор Лозинська Т. М.*

МЕТА КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Метою комунікації в сфері охорони здоров'я є інформування, зміна установок та зміна поведінки населення. Так, лікарі констатують, що велика кількість захворювань на цукровий діабет в Україні – це відсутність своєчасного інформування населення і практики профілактичних оглядів. Статистика вражає: кількість дорослих людей у світі з діабетом більше 400 мільйонів. Цей показник щорічно зростає та прогнозовано може становити 700 мільйонів до 2045 року. Більше 60 мільйонів людей хворіють на цукровий діабет у європейському регіоні ВООЗ, враховуючи Україну [1]. Від ускладнень діабету щорічно помирає більше пацієнтів, ніж від таких серйозних захворювань, як онкологія, туберкульоз, СНІД і навіть COVID-19. З початку пандемії коронавірус став причиною смерті 5,1 мільйона людей, в той час як хвороби, пов'язані з діабетом, в 2021 році забрали 5,7 мільйонів життів.

В Україні показник смертності від цього захворювання за останні 10 років виріс у 2,5 рази. За даними Діабетичного атласу 2021 р. зараз в країні 2,3 млн діабетиків та майже мільйон не знають про свій діагноз [2]. Не лише несвоєчасна діагностика, відсутність культури раннього скринінгу та профілактики є головними причинами такої ситуації, значною мірою такий стан

обумовлюється неналежною організацією комунікації між Міністерством охорони здоров'я України, медичними закладами, пацієнтами та населенням в цілому. ВООЗ акцентує увагу на важливості створення державних інформаційних програм та кампаній щодо впровадження обізнаності населення про хворобу. Тому важливо комунікувати на дану тему з населенням, розвіювати міфи навколо захворювання, наголошувати на важливості ранньої діагностики.

В Україні у 1999 році була прийнята перша державна комплексна програма «Цукровий діабет» [3]. Передбачені програмою заходи спрямовані на здійснення профілактичних, психосоціальних, санітарно-освітніх заходів щодо захворюваності населення України на цукровий діабет, удосконалення організації служб охорони здоров'я, проведення фундаментальних, епідеміологічних і клінічних досліджень у цій області, а також проведення роз'яснювальної роботи серед населення [18]. У подальшому Програма переглядалася і ухвалювалася на визначені періоди, але незмінною залишалася мета і, на жаль, незначний обсяг фінансування. Недостатність фінансування Програми у наступні періоди (зокрема на період 2013-2018 рр. вона взагалі не була ухвалена через введення бюджетної економії) актуалізує проблеми комунікації і серед завдань завжди присутні ті, що стосуються інформування населення – активізувати роз'яснювальну роботу серед населення з підвищення рівня обізнаності з питань профілактики, діагностики та лікування хворих [там само]. Інформатизація населення та профілактичні заходи можуть стати суттєвими чинниками зниження передчасної смертності від неінфекційних хвороб. Поширення знань та практик щодо здорового способу життя та підвищення відповідальності за власне здоров'я стають пріоритетними в умовах поширення інфекційних захворювань, розвитку епідемій та пандемій [4].

Комунікація, урядова та неурядова, повинна сформувати в Україні культуру профілактики захворювань, повинна змусити людей турбуватися про власне здоров'я і не вичікувати, а активно діяти. В документі ВООЗ «Європейський план дій щодо укріплення потенціалу та послуг охорони здоров'я» зазначається, що комунікація у сфері охорони здоров'я має бути націлена на підвищення медико-санітарної грамотності та поліпшення показників здоров'я. Слід відмітити, що комунікація у галузі громадської охорони здоров'я надає способи протидії активному просуванню на ринок небезпечних виробів та пропаганді шкідливого способу життя, наприклад, низької фізичної активності, а також є процесом двостороннього обміну інформацією, що потребує отримання інформації та з'ясування того, як люди сприймають повідомлення і формують у своїй свідомості ідеї відносно здоров'я, щоб можна було передавати інформацію в більш доступних та переконливих форматах.

Невід'ємною складовою системи охорони здоров'я стають інформаційні технології (ІТ). Розвиток інформаційних технологій і сучасних комунікацій, поява в клініках автоматизованих медичних приладів, комп'ютерів привели до

зростання кількості медичних інформаційних систем (МІС). Класифікацію медичних інформаційних систем можна здійснювати за різними ознаками:

а) у залежності від ступеня автоматизації процесів збору й обробки інформації МІС поділяються на *автоматизовані* й *автоматичні*. В автоматизованих системах частина функцій по збору й обробці інформації виконується людиною. Автоматичні системи дозволяють повністю усунути людину з процесів збору та оброблення інформації;

б) залежно від типу інформаційної бази МІС виділяють системи, що *оперують даними*, та системи, що *оперують знаннями*. Системи другого типу - це експертні системи. Їхня робота спирається на знання, отримані від експертів, а результати функціонування схожі з результатами аналітичної діяльності експертів;

в) залежно від виду розв'язуваних задач МІС поділяють на: *інформаційно-довідкові* – системи автоматизованого пошуку, вимірювальні системи; *інформаційно-логічні* – діагностичні системи, системи прогнозу, системи моніторингу; *керовані або автоматизовані* системи управління.

Найбільш широке поширення в медичних установах одержали інформаційно-пошукові системи. МІС представляють собою сукупність програмно-технічних засобів, знань та баз даних, призначених для автоматичної роботи процесів у системі охорони здоров'я. Сучасний формат інформаційних систем передбачає інтеграцію електронних записів про пацієнтів з архівами медичних зображень, результатами лабораторних обстежень, даними моніторингу з медичних приладів, фінансовою інформацією. Щоб досягти ефективності в цьому напрямі необхідно забезпечити систему охорони здоров'я сучасними засобами для обміну інформацією.

Список використаних джерел:

1. Діабет: що потрібно знати та як уберегтися. URL: <https://www.phc.org.ua/news/cukroviy-diabet-scho-varto-znati-ta-yak-uberegtisya> (дата звернення 18.02.22).

2. Европейский план действий по укреплению потенциала и услуг общественного здравоохранения, ВОЗ. Европейский региональный комитет. Мальта, 12-13 сентября 2012 г. URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/Health-systems/public-health-services/publications/2012/european-action-plan-for-strengthening-public-health-capacities-and-services>. (дата звернення 19.02.2022).

3. Про комплексну програму «Цукровий діабет»: Указ Президента України від 21.05.1999 № 545/99. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U545_99.html (дата звернення 19.02.22).

4. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>. (дата звернення 18.02.2022).

*Манько А.В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. п. н., доцент Шупта І.М.*

ПРОФЕСІЙНЕ ЕМОЦІЙНЕ ВИГОРАННЯ СЕРЕД ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

На сьогодні занепокоєння викликає розповсюджене явище серед працюючого населення – професійне емоційне вигорання, про зростаючу значимість якого свідчить те, що про цю проблему обговорювали на Всесвітньому економічному форумі в Давосі у 2011 р. Слід звернути увагу також на той факт, що в світі збільшилася кількість медичних закладів, монастирів для «вигорілих» спеціалістів (Health Retreat Parkhotel Igls (Австрія), медичні центри «Bad Ragaz-Luxurious Clinic and Resort», «Reha Clinic», приватні клініки «Hohenegg», «Meiringen», «Wyss AG»; «Paracelsus Clinica al Ronc» (Швейцарія); «Health Resort Enterprise inc.» (Польща) й ін.); розповсюдження міжнародними організаціями охорони здоров'я та іншими інституціями (ВООЗ, АПА та ін.). Саме тому на даний час проблема збереження психічного здоров'я є одним із пріоритетних завдань політики ЄС у галузі громадського здоров'я. Ця проблема зумовлена не лише стрімким зростанням психічних захворювань у світі, проте й результатами комплексних досліджень їхнього негативного впливу на соціальну взаємодію, економічний прогрес і сталий розвиток різних країн ЄС. Тому у запропонованому Європейському компасі психічне здоров'я розглянуто одночасно як право кожної людини та соціальний капітал. За ними визначають успішність суспільства, ефективність реалізації економічних і соціальних стратегічних цілей, а також якість життя кожної людини.

Професія працівника публічної сфери відноситься до складних видів праці, що вимагає від суб'єкта різнобічної освіченості, безперервності процесу професіоналізації, а також володіння особистісними та професійними характеристиками.

Публічний службовець працівник наділений довірою суспільства, тому його увага та гуманізм, його повага до інтересів громадян не повинні визначатися награною ввічливістю та нудотною солодкуватістю його слів, гарними, проте фальшивими манерами. Він повинен мати почуття обов'язку, відповідальності, емпатією, терплячістю, спостережливостю, інтуїцією, рішучістю, оптимізмом тощо.

Багато авторів розглядають вигорання як особливий стрес – синдром с широким спектром симптомів (Н. Бардин, Ю. Жидецький Ю. Ц., Л. Карамушка, Ю. Кіржецький, О. Хайрулін та ін.). Симптоми вигорання проявляються за певних обставин чи ситуаціях. Проте всі симптоми ні в кого не проявляються одночасно, оскільки вигорання – суто індивідуальний процес. Професійне вигорання представляє собою симптомокомплекс емоційних, мотиваційно – настановчі та ціннісні переживання, котрі пов'язані з професійною діяльністю.

Ми спробували за допомогою методики В. В. Бойка [1] оцінити ступінь вираженості симптомів емоційного вигорання (ЕВ) серед публічних службовців відділу освіти, молоді та спорту Карлівської міської ради. Результати дослідження представлені за допомогою даних табл. 1. Дана методика дозволяє детально побачити картину емоційного вигорання серед публічних службовців. Показник вираженості кожного симптому коливається від 0 до 30 балів.

Таблиця 1

Показники вираженості симптомів емоційного вигорання серед публічних службовців Відділу освіти, молоді та спорту Карлівської міської рад за методикою В. В. Бойка, 2022 р.

Показники вираженості симптомів ЕВ					
«Незадоволеність собою»	«Загнаність в клітку»	«Редукція професійних обов'язків»	«Емоційна відстороненість»	«Особистісна відстороненість»	«Підсумковий показник»
7	8	20	26	30	91
8	8	19	7	3	36
15	1	10	12	18	56
18	28	10	8	15	79
10	8	32	23	25	98
10	6	15	30	18	79
0	0	23	10	8	41
10	6	28	28	31	103
8	1	5	8	23	45
17	18	23	28	30	116
10	3	30	7	15	65
6	0	7	13	3	29

Відповідно, якщо сума балів дорівнює чи менше 45 балів – свідчить про відсутність емоційного вигорання. 46 – 79 балів – починається вигорання; 80 і більше балів – присутнє емоційне вигорання.

Таким чином, чотири особи мають емоційне вигорання, чотири особи знаходяться на стадії формування вигорання і чотири особи можуть сказати, що емоційне вигорання їх не зачепило.

Зафіксовані в нашому дослідженні високі показники професійного емоційного вигорання серед публічних службовців свідчать про те, що це явище має виразну тенденцію до збільшення. Це зумовлює необхідність продовження вивчення професійного емоційного вигорання серед публічних службовців з метою розробки комплексної системи психопрофілактичних та психокорекційних заходів, дослідження джерел процесів формування негативних характеристик.

Список використаних джерел:

1. Бойко В. В. Синдром емоційного вигорання в професійному спілкуванні. СПб., Добродійко, 1999. 310 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ДОСВІД КРАЇН ЄВРОПИ

Пріоритетність концепції сталого економічного розвитку в сільській місцевості була чітко відображена на Європейській конференції з економічного розвитку сільських територій. Першою статтею цієї зустрічі було детальне визначення сталого економічного розвитку в сільській місцевості.

Його цілі полягають у перенаправленні сільської міграції, боротьбі з бідністю, збільшення зайнятості, забезпечення рівності, можливостей та задоволення потреб населення, покращення якості життя, покращення можливостей особистого розвитку та покращення добробуту сільської місцевості. Між міськими та сільськими територіями має бути досягнутий справедливий баланс бюджетних витрат, інвестицій в інфраструктуру та фінансування програм економічного розвитку сільських територій.

Досвід розвинених країн щодо подальшого врахування потенціалу соціально-економічного розвитку сільських територій свідчить, що існують основні соціально-політичні принципи сталого розвитку, яких необхідно дотримуватися поряд із національним характером соціально-економічних відносин.

До них окремі вчені відносять наступні:

- 1) принцип раціональної економічної свободи;
- 2) трудові відносини в суспільстві будуються на принципах соціального партнерства держави, працівників та роботодавців;
- 3) принцип обов'язкового державного регулювання ринкових відносин;
- 4) держава в усіх своїх діях дотримується принципу соціальної справедливості;
- 5) дотримання принципу демократичного колективного управління виробництвом та соціальною сферою суспільства [3, с. 188-190].

Від так, до сучасних тенденцій розвитку сільської території в країнах Європи можна віднести [1; 2]:

1. Посилення процесів децентралізації, які забезпечують більш підзвітну та широку роботу відповідальних людей на місцевому та місцевому рівнях у рамках комплексного розвитку. Процес децентралізації тісно пов'язаний з принципом субсидіарності.

2. Диверсифікація сільськогосподарського виробництва – розширення асортименту продукції та збільшення видів послуг, що надаються. Зменшення ризиків і вразливості сільськогосподарських підприємств є важливою основою для забезпечення стійкості сільських економік Європи та адаптації до мінливих зовнішніх умов.

3. Реструктуризація сільського господарства. Основними напрямками структурної перебудови аграрної економіки європейських країн є покращення

земельних відносин, покращення умов сільського господарства, передача землі та ліквідних активів у руки ефективних власників та користувачів, орієнтація на ринок малого та середнього бізнесу, субсидування сільськогосподарських товаровиробників, інтеграція.

4. Стабілізація та розвиток соціальних сфер у сільській місцевості. Пріоритетними групами населення в системі соціального забезпечення є пенсіонери, інваліди та діти. На основі соціальної політики у сільській місцевості пропонується розвивати такі напрямки, як підвищення зайнятості та створення додаткових джерел доходу, підтримка соціальної та інженерної інфраструктури в сільській місцевості, впровадження програм зниження відтоку в найбільш активних прошарків сільського населення.

5. Інституційні зміни, що впливають на розвиток сільської економічної системи. Це організації, які сприяють ефективній роботі приватних і державних структур на кшталт центрів розвитку.

Дослідження результатів розвитку сільських територій можна сказати є надзвичайно корисними для України, оскільки дають можливості щодо удосконалення проведення відповідних трансформацій. Зокрема, є очевидним, що вже зараз країни ЄС мають більш чіткий пріоритет людського розвитку в системі розвитку сільських територій порівняно з Україною.

Список використаних джерел:

1. Дивнич О.Д., Воронько-Невіднича Т.В., Дивнич А.В. Управління земельними ресурсами фермерських господарств. *Економіка та суспільство. Мукачівський державний університет*. 2019. № 20. С. 209 – 220. URL : <http://www.economyandsociety.in.ua/>.

2. Гнибіденко І. Підвищити рівень добробуту людей та зменшити кількість бідних. *Соціальний захист*. 2009. № 12. С. 7 – 12.

3. Гончаренко І. В. Соціально-економічний розвиток сільських територій регіону: проблеми теорії та практики. Львів: ІРД НАН України, 2009. 370 с.

*Рукавиця О. Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

СУЧАСНІ ПРАКТИКИ ПАРТИЦИПАТОРНОГО БЮДЖЕТУВАННЯ

Будь-який процес, який отримує назву партиципаторний бюджет, повинен відбуватися з дотриманням основних положень та принципів, серед яких: право внесення мешканцями власних пропозицій та обов'язковість виконання ухвалених ними рішень, прозорість і легітимність процедури, відкритість та інклюзивність процесу, забезпечення простору для деліберації та підтримка активності мешканців на різних етапах процесу.

У виданні Фондації «Лабораторія суспільних досліджень та інновацій «Сточня» «Стандарти процесів партиципаторного бюджетування в Польщі»

визначено такі ключові принципи партиципаторного бюджету, що швидше є умовами його успішності: 1) результати процедури є обов'язковими до виконання; 2) прозорість та відкритість процедури; 3) відкритий та інклюзивний процес; 4) забезпечення простору для обговорення (дебатів) за участю мешканців; 5) підтримка активності мешканців; 6) стратегічне (довгострокове) мислення» [1, с. 9-10].

На думку Г. М. Котіної, М. М. Степури, А. Ю. Батюти бюджети участі засновані на таких чотирьох основоположних принципах: ефективний перерозподіл фінансових ресурсів на користь найбідніших верств населення; створення нових відносин між муніципалітетами та громадянами (тобто нова форма управління); перебудова соціальних зав'язків і соціальних інтересів; запровадження нової демократичної культури і заохочення активного громадянства [2, с. 85].

Конкретні шляхи досягнення вищезазначених цілей та принципів можуть бути різними – подача проєктів, зустрічі та обговорення мешканців, або різні способи організації процедур голосування, а також рішення, що приймаються впродовж процесу громадою різних територій. Рішення щодо остаточного виду моделі процедури на місцевому рівні повинні враховувати специфіку даної спільноти – наприклад, розмір громади, диференціацію населення в різних її частинах або ідентифікацію на рівні невеликих спільнот.

Як правило, виділяють ряд етапів партиципаторного бюджетування. На думку Д. Клімовського, Н. Гринчук, це: визначення пріоритетів відповідної громади; розробка конкретних проєктів / програм (з експертною допомогою чи без неї); вибір проєктів / програм, які будуть фінансуватися (шляхом голосування або в інший спосіб); реалізація вибраних проєктів / програм [3, с. 5]. В Методиці формування системи учасницького бюджетування та бюджету участі на рівні міст обласного значення і об'єднаних територіальних громад їх зазначено одинадцять [4].

Партиципаторне бюджетування в Україні знаходиться на стадії прискорення росту, де першочергову вагу має освітньо-інформаційна діяльність, залучення і підтримка активності мешканців, вирішуються проблеми удосконалення методики учасницького бюджетування, пошуку інструментів, форм практичних заходів для його підтримки, тощо. Але поки що не актуалізується його зв'язок з сталим розвитком громад. Цим, зокрема, пояснюється низький граничний розмір загального обсягу бюджету участі в територіальних громадах, розмір великих та малих проєктів [5, с. 117].

Загальний обсяг видатків, що планувалося спрямувати на реалізацію проєктів громадського бюджету міста Києва на 2019 рік – 150 млн грн (до 3 % доходів міського бюджету). Загальний обсяг громадського бюджету Львова на відповідний бюджетний рік становить не менше 1 % від затвердженого розміру видатків бюджету розвитку спеціального фонду міського бюджету м. Львова на той рік, у якому подаються проєкти [6]. Орієнтовний обсяг коштів на виконання міської цільової програми «Партиципаторне бюджетування (бюджет участі) Полтави на 2016-2020 роки» складає не менше 0,1 % доходної частини міського бюджету без врахування міжбюджетних трансфертів [7]. Формування Бюджету

ініціатив чернівчан відбувається в обсязі до 1 % доходів загального фонду міського бюджету без урахування трансфертів [8], Загальний обсяг Бюджету участі у Мелітополі – до 1 відсотка затвердженого обсягу власних та закріплених доходів загального фонду міського бюджету міста на поточний бюджетний період [9]. У Житомирі загальна сума бюджету участі у 2018 р. склала 0,53 % доходів міського бюджету.

В Польщі, де більше 180 міст запровадили партиципаторні бюджети, його відсоткове співвідношення до міського бюджету в цілому – від 0,002 % до 3,403 %; відсоткове співвідношення сум коштів до майнових витрат – від 0,007 % до 17,633 % [9, с. 19]. Разом з тим, світова практика вказує на досвід витрачання через бюджети участі у територіальних громадах різних країн від 0,5 % до 20 % видатків місцевих бюджетів [9, с. 9].

Зростання загального обсягу бюджету участі та його частки в доходах загального (спеціального) фонду бюджету в територіальних громадах України потрібно очікувати вже з наступними кроками розвитку системи учасницького бюджетування. І лише за умови, що влада визнає спроможність громадян представляти інтереси, ділитися знаннями, висувати вимоги і підтримувати діяльність, а мешканці відчують та продемонструють реальну співвідповідальність за життя своїх громад.

Список використаних джерел:

1. Стандарти процесів партиципаторного бюджетування в Польщі. Варшава. 2015 с. 24. URL: http://pauci.org/upload/files/standardy_budzetow_EU.pdf (дата звернення 10.02.2022).
2. Котіна Г. М., Степура М. М., Батюта А. Ю. Альтернативні технології бюджетного забезпечення територіального розвитку: імплементація світового досвіду у вітчизняну практику. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 24. С. 84-88.
3. Клімовський Д., Гринчук Н. Партиципаторний бюджет / ред. Д. Клімовського. 37 с. URL : http://www.nispa.org/files/publications/training/Participatory_budgetingUA.pdf (дата звернення 05.02.2022).
4. Методика формування системи учасницького бюджетування та бюджету участі на рівні міст обласного значення і об'єднаних територіальних громад. 31 с. URL : <http://samoorg.com.ua/wp-content/uploads/2012/08/Methodika-Vyudzhetu-uchasti-1.pdf> (дата звернення 10.02.2022).
5. Сердюк О. І., Окара В. Г. Принцип стратегічного мислення в практиці партиципаторного бюджетування». *Місьцеве самоврядування в Україні : теорія та практика*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 12 грудня 2018 р. / за заг. ред. Т. М. Лозинської, О. В. Мирної. Полтава : ПДАА, 2018. С. 121-125.
6. Положення про громадський бюджет м. Львова. Україна. *Львівська міська рада*. URL : [https://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/\(SearchForWeb\)/285507E835D2453CC2257FE80051F2D7?OpenDocument](https://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf/(SearchForWeb)/285507E835D2453CC2257FE80051F2D7?OpenDocument) (дата звернення 05.02.2022).

7. Партиципаторне бюджетування у Полтаві. Полтава. *Офіційний сайт Полтавської міської ради та виконавчого комітету*. URL: <http://www.rada-poltava.gov.ua/people/parcutupator/> (дата звернення 05.02.2022).

8. Положення про Бюджет ініціатив чернівчан (бюджет участі). *Чернівецька міська рада*. URL : <http://chernivtsy.eu/portal/polozhennya-pro-byudzhnet-initsiatyv-chernivchan> (дата звернення 05.02.2022).

9. Положення про громадський бюджет (бюджет участі, партиципаторний бюджет) у місті Мелітополі. URL : https://melitopol-online.gov.ua/files/document/356/file/15199823703878_participation-budget-condition.pdf (дата звернення 05.02.2022).

*Стрелець О. В., СВО Магістр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н. Попова Ю.М.*

ВЕБ-САЙТИ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА ГРОМАДЯН

У суспільстві відбуваються певні зміни політичних, економічних, соціальних відносин, що обумовлені масовим науково-технічним прогресом виробничих процесів, які спрямовані на задоволення інформаційних потреб та реалізацію права громадян на використання інформаційних ресурсів. У зв'язку з цим, в органах публічної влади та місцевого самоврядування виникає необхідність здійснення інноваційних змін та якісного перетворення шляхом використання інформаційно-комунікативних технологій, вдосконалення інформаційно-комунікаційної політики, створення і ведення системи порталів публічних послуг, що забезпечують вільний доступ користувачам інформаційно-телекомунікаційної мережі Інтернет до систематизованої інформації про державні послуги, а також створення механізмів, що забезпечуватимуть ефективну електронну комунікацію громадян з органами публічної влади, які надають певні послуги. Ефективність впровадження інформаційної модернізації діяльності органів публічної влади має базуватися на широкому впровадженні автоматизованих систем обробки, передачі та використання інформації [2].

Впровадження електронного урядування – одна з найважливіших складових реформи державного управління, яка триває в Україні. Саме е-урядування здатне вивести взаємодію державних органів і населення на новий рівень та мінімізувати корупцію. Прозорість, доступність, мінімальний контакт пересічної людини з чиновниками – основні переваги електронних послуг та сервісів. Зараз в Україні проводиться системна політика в сфері G2C, а саме, електронного урядування, інформатизації, розвитку інформаційного суспільства, формування і використання національних електронних

інформаційних ресурсів, цифровізації органів державної влади. Відомо, що веб-сайт є однією з основних інформаційно-технологічних форм комунікації в е-урядуванні, а характеристики сайту в царині контенту, актуальності, інтерфейсу, дизайну та інтерактивності є важливими компонентами у забезпеченні зв'язку органів влади з населенням [1].

Оскільки органи публічної влади щодня мають справу з сотнями відвідувачів, важливим напрямом якісних змін їх діяльності є створення необхідних умов для реалізації права громадян на звернення до органів місцевого самоврядування. З цією метою на веб-сайтах органів місцевого самоврядування впроваджені, і успішно функціонують «гарячі лінії», які вже стали одним із потужних комунікаторів влади і суспільства. Щодня на «гарячу лінію» звертаються сотні людей з різними проблемами та пропозиціями. Спеціалісти намагаються розглянути кожне звернення в межах своєї компетенції, і надати заявнику необхідне роз'яснення та інформацію стосовно питання, яке його турбує. Особливу увагу приділяють зверненням невідкладного характеру, насамперед з питань охорони здоров'я. Контроль за виконанням таких звернень завершується лише після того, як заявник особисто підтвердить те, що його питання вирішено.

У м. Полтаві з метою створення необхідних умов для реалізації права громадян на звернення, підвищення оперативності їх розгляду, проводяться «гарячі лінії». Графік проведення «гарячих ліній» опубліковано на офіційному веб-сайті Полтавської міської ради. Впровадження «гарячих ліній» стало важливим кроком у процесі інформатизації органів місцевого самоврядування, наблизивши їх до світових стандартів електронного урядування та забезпечення відкритості їх діяльності для суспільства.

Як повідомляє національне інформаційне агентство Укрінформ, значимою подією у сфері налагодження комунікації органів публічної влади і громадськості стало втілення з 01.11.2016 р. соціально-важливого рішення – запровадження на загальнодержавному рівні скороченого багатоканального номера 1545, для дзвінків на «гарячу лінію». Завдяки цьому громадянам стало значно легше звернутися на «гарячу лінію», запам'ятавши легкий номер, зателефонувати на який можна безкоштовно з будь-якого телефону. З огляду на те, що з кожним роком на урядову «гарячу лінію» надходить все більше звернень, це свідчить про те, що люди задоволені цією інновацією в роботі органів публічної влади, і потребують продовження і розширення її роботи [5].

Ще одним ефективним сучасним способом реалізації інформаційного права громадян за допомогою веб-сайтів органів публічної влади є електронні петиції. Електронна петиція являє собою колективне звернення до органу публічного управління у електронній формі, що має бути підписане певною кількістю людей, має здобути підтримку протягом обмеженого часу і буде розглянуте у певному порядку [4]. Перевагами електронних петицій порівняно з їх паперовими аналогами є: зручність і доступність для громадян; безкоштовність; мінімізація маніпулювань з кількістю підписувачів. До можливих негативних наслідків можна віднести загрозу зловживання та маніпулювання е-петиціями, коли хтось намагається використати петиції у

своїх особистих цілях. Упровадження е-петицій має на меті зменшити соціальне напруження, відновити діалог між органами влади та громадянами, сформувавши новий інструмент спілкування громадян з державою [4].

На офіційному веб-сайті Полтавської міської ради можна підтримати опубліковані е-петиції, або внести свої ініціативи за допомогою е-петицій. Якщо е-петиція збере 1000 підписів протягом 90 днів, ініціатива буде розглянута відповідальними особами та при можливості буде виконана. Відповідь буде офіційно опубліковано [3]. У результаті моніторингу підтриманих петицій визначено – більшу кількість голосів громадяни віддають в підтримку благоустрою міста, охороні здоров'я, перспективам культурного та освітнього розвитку міста та розвитку житлово-комунальної інфраструктури [3].

На даному етапі робота веб-сайтів органів публічної влади перебуває в процесі розвитку, пошуку нових, ефективних способів реалізації інформаційного права громадян, які будуть максимально-ефективними в усіх сферах життєдіяльності суспільства та відповідатимуть вимогам, принципам роботи владних структур провідних країн світу.

Отже, вебсайти органів влади є важливим елементом у системі взаємодії органів державної влади та громадськості. Запровадження єдиного дизайн-коду офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади оптимізує витрату державних ресурсів (людських, фінансових, часових), а також є наочним виразом змін у державному управлінні.

Список використаних джерел:

1. Корнута В. А., Корнута О. В. Вебсайти органів влади як основний інструмент g2c в е-урядуванні. *Ефективна економіка*. 2019. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7225> (дата звернення: 17.03.2022).
2. Мороз Н. С. Державна інформаційна політика України у сфері інформатизації діяльності органів державної влади. URL: http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/moroz_1.pdf. (дата звернення: 27.02.2022 р.).
3. Полтавська міська рада: веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/gADQzH7> (дата звернення: 18.02.2022).
4. Решота В. В. Електронна петиція як новий інструмент звернення громадян до органів публічної адміністрації. URL: http://www.vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc15/part_1/26.pdf. (дата звернення: 27.02.2022 р.).
5. Укрінформ: Урядова «гаряча лінія» 1545 – сучасна і зручна форма спілкування громадян з урядом. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2149554-uradova-garaca-linia-1545-sucasna-i-zrucna-forma-spilkuvanna-gromadan-z-uradom.html>. (дата звернення: 27.02.2022 р.).

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІАЛОГУ ОРГАНІВ ВЛАДИ І ГРОМАДСЬКОСТІ

Ефективна взаємодія держави і громадянського суспільства є однією з важливих передумов розвитку демократії. Успішність цієї взаємодії зумовлюється постійним діалогом, удосконаленням практики взаємовідносин, активною участю громадян у державних справах. Загалом взаємовідносини і взаємовплив громадянського суспільства і державної влади є визначальним фактором у забезпеченні демократичного розвитку країни, визначеного в Конституції України як створення «суверенної і незалежної, демократичної, соціальної, правової держави» [1].

На думку вітчизняної дослідниці О. Крутій, «державне управління як система суспільних відносин існує в різних формах взаємодії влади та громадськості. Традиційним є встановлення зворотного зв'язку між суспільством і владою через загальне виборче право, що реалізується завдяки парламентському механізму. Однак на сучасному етапі суспільного розвитку вказана форма взаємодії, яка активно застосовувалася починаючи ще з ХІХ ст., вже не задовольняє вимог суспільства як у світі в цілому, так і в Україні зокрема» [2].

Отже, сьогодні мають бути розроблені нові форми, способи, алгоритми взаємодії органів влади з громадськістю та удосконалені існуючі, у тому числі й така форма взаємодії, як діалог. Особливо актуальним питанням є вдосконалення діалогу громадськості загалом та громадських організацій безпосередньо як їх репрезентантів з органами влади всіх рівнів для здійснення реформ, насамперед, у системі публічної влади.

Варто погодитися з думкою науковців Ю. Сурміна та Н. Туленкова, які, працюючи над концепцією системи взаємодії органів влади із суб'єктами громадянського суспільства, зазначають: «Перспективи розвитку відкриваються тільки тоді, коли держава і громадянське суспільство не тільки вступають у діалог, але і налагодять між собою стійку взаємодію, що припускає участь громадянського суспільства в справах держави і одночасно у реалізації запитів та інтересів людей» [3, с. 346–350].

Реалізація реформ, спрямованих на вдосконалення самої системи публічної влади, – адміністративної реформи, реформи місцевого самоврядування, пенсійної реформи, територіальної реформи тощо – не можлива без участі в їх здійсненні інститутів громадянського суспільства. Тому залучення громадянського суспільства до взаємодії з органами влади всіх рівнів розглядається як одне з основних завдань державної політики з модернізації системи управління в Україні.

Громадянське суспільство не існує без держави і поза державою. Саме держава повинна бути гарантом громадянського суспільства. Останнє має право вимагати захисту життя, здоров'я особи, якості навколишнього

середовища, безпеки, дотримання права тощо, а держава зобов'язана здійснювати, перш за все, соціальні програми так, щоб не допускати розколу суспільства або перетворення існуючих в ньому суперечностей в конфлікти. Громадянське суспільство як динамічна система завжди відчуває тиск з боку державної влади. Воно є незалежним настільки, наскільки держава є терпимою до такої незалежності. Проте, держава не може розвиватися без вільного формування громадянського суспільства, яке контролює дії політичної влади. Слабкість громадянського суспільства штовхає державу до узурпації його прав, внаслідок чого відбувається перерозподіл функцій держави і громадянського суспільства.

Роль цивілізованої держави у розвитку громадянського суспільства визначена таким чином:

- слугує формою, що організовує громадянське суспільство і створює умови для його розвитку;
- є відносно самостійною щодо громадянського суспільства і здійснює солідарні публічні інтереси усіх членів суспільства;
- встановлює правила гри, яких повинні дотримуватися громадяни та їх об'єднання, створює сприятливі умови для їх існування і розвитку

Органи влади мають розглядатися як надавачі послуг, а громадяни – не як прохачі, відвідувачі, зацікавлені особи, а як клієнти – споживачі цих послуг. Тільки за цієї умови влада зможе налагодити дійсно конструктивний діалог з громадськістю, а відтак, стане відкритою й ефективною. З метою залучення громадян до участі у формуванні та реалізації державної політики Президент України і Кабінет Міністрів України запроваджують проведення консультацій з громадськістю з найбільш важливих для суспільства питань [4].

Консультації з громадськістю проводяться з різною метою:

- залучення громадян до участі в управлінні державними справами;
- забезпечення вільного доступу громадян до інформації про діяльність органів виконавчої влади;
- забезпечення гласності, відкритості та прозорості в діяльності органів влади;
- сприяння системному діалогу органів виконавчої влади і громадськості;
- підвищення якості підготовки та прийняття рішень з важливих питань державного і суспільного життя з урахуванням думки громадськості;
- створення умов для участі громадян у розробленні проектів рішень влади питань, що є важливими для суспільства [5].

Консультації з громадськістю – це процес комунікації між органами державної влади та місцевого самоврядування і громадянами та їх об'єднаннями.

Метою проведення консультацій з громадськістю є прийняття рішень, у яких буде враховано права, інтереси та знання всіх зацікавлених сторін. Консультації з громадськістю надають можливість громадянам впливати на

зміст рішень, що ухвалюються органами влади. В обов'язковому порядку проводяться консультації з громадськістю щодо таких питань:

- проектів нормативно-правових актів, які стосуються прав, свобод і законних інтересів громадян;
- проектів державних і регіональних програм економічного, соціального і культурного розвитку, рішень про хід їх виконання;
- звітів головних розпорядників коштів Державного бюджету України про витрати бюджетних коштів за минулий рік;
- інформації про роботу Кабінету Міністрів, центральних та місцевих органів виконавчої влади [5].

Формою проведення консультацій з громадськістю є публічне громадське обговорення: конференції, семінари, форуми, громадські слухання, круглі столи, збори, зустрічі з громадськістю, робота громадських приймалень, теле- або радіодебати, дискусії, діалоги, інтерв'ю, підготовка інших матеріалів для оприлюднення в засобах масової інформації, інтернет-конференції, телефонні «гарячі лінії», інтерактивне спілкування в інших формах [4].

Потенціал результативної взаємодії громадськості з органами влади зростає завдяки створенню інституційних і процедурних можливостей для їх повноцінної діяльності. Підвищення ефективності взаємовідносин між органами влади і громадськістю на державному та місцевому рівнях слід очікувати за умови розв'язання таких актуальних проблем:

- забезпечення належного впровадження вимог законодавства щодо консультацій із громадською та формування громадських рад;
- подолання вибіркового підходу, формального та залучення до співпраці громадськості з органами державної влади;
- забезпечення повноцінного висвітлення результатів взаємодії з громадськістю на веб-сайтах органів державної влади;
- посилення механізмів відповідальності органів державної влади та їх посадових осіб за перешкоджання участі громадськості, передусім у питаннях реального доступу до інформації, забезпечення своєчасного й повного оприлюднення інформації;
- покращення ресурсного забезпечення (фінансового, матеріального, кадрового, інформаційного) структурних підрозділів органів державної влади, відповідальних за взаємодію з громадськістю;
- підвищення кваліфікації як посадових осіб таких підрозділів, так і громадськості щодо використання інструментів участі громадськості у формуванні та реалізації політики;
- підвищення рівня компетентності, інституційної спроможності, відповідальності як громадськості, так і органів державної влади, а також у цілому – правової, політичної, громадянської культури населення;
- дотримання вимог законодавства щодо врахування конструктивних пропозицій громадськості за результатами консультацій або надання обґрунтувань неврахування таких пропозицій [6; 7].

Отже, діалог між владою та суспільством можна охарактеризувати як соціальний механізм вирішення складних суспільних проблем, в основі яких лежать взаєморозуміння та партнерство. Діалог є найважливішим інструментом суспільного життя в громадянському суспільстві. Основна мета діалогу між владними структурами та населенням полягає в зміцненні механізмів громадянського партнерства і стабільності, в своєчасному виявленні та усуненні всього, що може призвести до гострих

Список використаних джерел:

1. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
2. Крутій О.М. Діалогова взаємодія органів державної влади та громадськості: монографія. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2008. 302 с.
3. Сурмин Ю.П., Туленков Н.В. Теория социальных технологий: Учеб. пособие. К.: МАУП, 2004. 608 с.
4. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики: Постанова Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996. Офіційний вісник України. 2010. № 84.
5. Консультації з громадськістю: <http://www.vberez.gov.ua/ua/467.htm>
6. Правові умови розвитку громадянського суспільства в Україні. Що потрібно зробити? / М.В. Лациба, А.О. Красносільська, О.Ю. Вінніков та ін. Укр. незалеж. центр політ. дослідж. К.: Агентство «Україна», 2011. 132 с.
7. Взаємодія держави та інституцій громадянського суспільства: роз'яснення Міністерства юстиції України від 3 лютого 2011 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/n0018323-11>.

*Сученко М.О., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

СЕРВІСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ Е-ДЕМОКРАТІЇ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ПОЛТАВСЬКОГО РАЙОНУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Цифрові інструменти повинні забезпечувати принаймні три виміри демократії: прозорість, підзвітність та участь. Значне розмаїття інструментів е-демократії спонукає використати тематичну класифікацію при вивченні їх серверного забезпечення в територіальних громадах.

При вивченні сервісного забезпечення розвитку е-демократії на рівні територіальних громад Полтавської області за основу візьмемо класифікацію Й. Томкова та Д. Хуткого [1, с. 5]. Тобто розглянемо практику використання інструментів е-демократії, що забезпечують різні етапи реалізації політики місцевого розвитку: формування порядку денного політики, формулювання політики, затвердження політики, втілення політики, моніторинг і контроль.

Проведено моніторинг офіційних веб-сайтів 24 територіальних громад Полтавського району Полтавської області. Потрібно констатувати, що 10 з

24 досліджених територіальних громад створені в 2019-2020 рр. Вивчення практики використання інструментів е-демократії, що забезпечують різні етапи реалізації політики місцевого розвитку територіальних громадах Полтавського району переконало в тому, що значну їх кількість практикують на етапі моніторингу і контролю (13 од.) (табл. 1).

Таблиця 1

Сервісне забезпечення розвитку е-демократії в територіальних громадах Полтавського району Полтавської області, станом на 01 лютого 2022 р.

Етапи формування місцевої політики /е-сервіси	Групи громад за кількістю населення, осіб					Полтавська територіальна громада міська	Всього
	4127-10081	10082-15935	15936-21889	21890-27843	27844-33898		
	I	II	III	IV	V		
Кількість громад	11	4	3	2	3	1	24
З них створені в 2019-2020 рр.	3	3	1	1	2	1	10
1.Формування порядку денного політики							
Система електронних петицій	8	4	3	1	3	1	20
2. Формулювання політики							
Електронне опитування				1			1
3. Затвердження політики							
Бюджет участі						1	1
Он-лайн трансляція сесій та засідань виконкомів		1					1
4. Втілення політики							
Електронна черга в ДНЗ	2						2
Відкритий бюджет	1					1	2
Портал «Відкритих даних»					1		1
5. Моніторинг і контроль							
Портал «Відкрите місто»			1				1
Онлайн звернення	3		2			1	6
Зворотний зв'язок	8	3	3	3			17
Гаряча лінія	1						1
Запит на інформацію						1	1
Кабінет посадової особи	7	3		1			11
Єдина система електронних публічних закупівель (ProZorro)	6	3	2				11
Слідкуй за витратами (Paywatch)	2		1				3
Електронна приймальня				1			1
Онлайн камери			1				1
Онлайн запис до департаменту						1	1
Розумна взаємодія (маячки проблем)			1				1
Геопортал містобудівного кадастру						1	1
Спектр сервісів	10	6	9	6	3	8	21
Всього е-сервісів	41	17	15	8	6	8	95
в т. ч. на одну громаду	3,7	4,1	5,0	4,0	2,0	8,0	4,0

Найбільш поширеними в територіальних громадах Полтавського району Полтавської області є такі інструменти: система електронних петицій (83,3 %); системи зворотного зв'язку (70,8 %), «Кабінет посадової особи» (45,8 %), Єдина система електронних публічних закупівель (ProZorro) (45,8 %). Кожна черверта територіальна громада пропонує онлайн звернення та 15,5 % – сервіс «Слідкуй за витратами» (Paywatch).

Як факторну ознаку розвитку е-взаємодії на місцевому рівні досліджено розмір територіальної громади за кількістю населення. Полтавська територіальна громада міська досліджувалася окремо як така, що має розмір, що в 18,8 рази перевищує будь-яку іншу за чисельністю мешканців.

При угрупованні територіальних громад за кількістю населення, яка варіює від 4127 до 638519 осіб, розглянуто рівні інтервали. Одинадцять з двадцяти чотирьох громад увійшли до першої групи (4127-10081).

Цілий спектр інструментів знаходить попит лише в 1-2 територіальних громадах: електронне опитування, «Бюджет участі», он-лайн трансляція сесій та засідань виконкомів, електронна черга в ДНЗ, «Відкритий бюджет», Портал «Відкритих даних», «Портал адміністративних послуг», Портал «Відкрите місто», гаряча лінія, е-запит на інформацію, електронна приймальня, онлайн камери, онлайн запис до департаменту, Портал «Розумна взаємодія» (маячки проблем), Геопортал містобудівного кадастру.

Виявлено, що спектр е-сервісів офіційних сайтів територіальних громад найширший в I та III групі. В I групі це пояснюється великою кількістю громад. Крім того до неї включено Опішнянську селищна територіальна громада, що є лідером за спектром е-послуг. Члени громади можуть скористатися системою електронних петицій, електронною чергою в ДНЗ, правом на онлайн звернення, зворотним зв'язком, Єдиною системою електронних публічних закупівель (ProZorro), сервісом «Слідкуй за витратами» (Paywatch). До III групи включено лише три громади, але середня кількість е-сервісів на одну громаду є найбільшим (5), їх спектр при цьому досить різноманітний.

Полтавська територіальна громада міська теж пропонує незначний набір е-сервісів (8), що є зовсім критично для м. Полтави як для обласного центру. Це – «Система електронних петицій», е-сервіс «Бюджет участі» Платформи електронної демократії, Портал «Відкритих даних», «Відкритий бюджет», «Геопортал містобудівного кадастру Полтавської міської ради», «Зворотний зв'язок», «Онлайн запис до департаменту» .

В ряді випадків заявлені на офіційних сайтах е-сервіси не задіяні на рівні громади. На етапі формування порядку денного політики відсутній такий важливий інструмент як аналітика відкритих даних. Не практикуються електронні консультації та відсутні електронні обговорення, хоча вони є базовими компонентами етапу формулювання місцевої політики. На етапі затвердження політики не достатньо використовуються можливості ряду платформ спільного користування, що забезпечують реалізацію Бюджету участі, (Платформи «Громадський проект», Е-сервісу «Бюджет участі» Платформи «Соціальний інспектор», Е-сервісу «Громадський бюджет»

Платформи електронної демократії).

Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку е-демократії територіальні громади Полтавського району Полтавської області використовують практику впровадження єдиного типового сайту для органів місцевого самоврядування. З цією метою використовується Платформа «gov.ua місцевого самоврядування України».

Таким чином, інструменти е-демократії стають частиною життя все більшої кількості громадян. Проте, потрібно враховувати що, електронний формат взаємодії влади та громадськості має свої ризики. Це, зокрема, незначна залученість осіб старшого покоління та мешканців сіл, страх перед можливим викраденням чи незаконним збором персональної інформації; недовіра до цих інструментів через можливість зловживання ними зі сторони влади. Саме тому місцевим органам влади варто шукати оптимальні варіанти поєднання онлайн і офлайн форм демократії та продуманої інформаційно-освітньої роботи, демонстрації свого бажання та вміння адекватно реагувати на використання громадянами інструментів е-демократії.

Список використаних джерел:

1. Томкова Й., Хуткий Д. Аналітичні записки з ефективного е-урядування. Випуск № 2: Втілення е-демократії: Спектр інструментів та варіанти вибору. К., 2017. 10 с.

2. Полтава. Офіційний сайт Полтавської міської ради та виконавчого комітету. URL: <https://rada-poltava.gov.ua/> (дата доступу: 10.02 2020).

Чеверда В. А., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування

Науковий керівник: к.е.н., доцент Волкова Н. В.

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Нині громадянське суспільство вважається невід'ємним елементом демократичної правової держави. Інститути громадянського суспільства повною мірою здатні якісно впливати на сучасні державотворчі процеси шляхом участі у конструктивному діалозі з органами публічної влади. Прозорість, відкритість та публічність прийняття управлінських рішень є умовами побудови демократичної держави, в якій носієм влади виступає народ [1].

Громадянське суспільство можна розглядати як сукупність різних зв'язків і відносин між людьми задля якомога повнішого задоволення різноманітних інтересів, зокрема культурних, комунікативних, освітніх, економічних та інших, оскільки вони прямо впливають із регламентованих Конституцією та законами України прав і свобод людини та громадянина [2, с. 33]. Окрім того, побудова публічної влади у країні за європейськими стандартами передбачає

налагодження взаємодії між органами публічної влади та громадянським суспільством в усіх сферах суспільного життя. Перш за все це стосується виконавчої влади, оскільки вона є найбільш численною гілкою державної влади та наділена значними повноваженнями щодо реалізації прав, свобод і законних інтересів громадян [1].

У демократичній державі громадське суспільство, через свої інститути, активно впливає на вироблення владними інституціями політики, контролює їх публічну діяльність спрямовану на реалізацію виробленої політики, фактично спонукаючи чиновників служити інтересам людей. У цьому контексті надзвичайно актуальним є питання забезпечення органами публічної влади ефективних форм їх взаємодії з громадськістю, адже саме вони є важливим чинником створення умов для участі громадян у формуванні та реалізації публічної політики, налагодження громадського контролю та зміцнення довіри громадськості до органів державної влади та органів місцевого самоврядування, тобто до органів публічної влади. Аналіз взаємовідносин громадянського суспільства і демократичної держави засвідчує, що в Україні, на основі використання кращих стандартів світової практики, в цілому сформовано нормативно-правове підґрунтя взаємодії органів публічної влади з інститутами громадського суспільства у виробленні й реалізації публічної політики.

Вітчизняні нормативно-правові акти визначають значну кількість інституційних форм громадської участі у виробленні публічної політики, прийнятті політико-управлінських рішень та контролю за їх виконанням. Найбільш важливими серед них є: інформування; участь у виборах, референдумах, мітингах, опитуваннях з метою з'ясування громадської думки; індивідуальні чи колективні звернення громадян; круглі столи; громадські слухання; консультації з громадськістю; громадські ініціативи; громадські ради; громадський контроль; громадські експертизи; соціальний діалог; моніторинг; інноваційні веб-простори; електронні петиції; інтернет-платформи; партнерські програми; теле і радіо дебати; «гарячі лінії» тощо. В загальному вимірі громадська участь завжди є процесом двосторонньої комунікації задля спільного вироблення певної політики (плану дій) та ефективних політико-управлінських рішень спрямованих на розв'язання суспільно важливих проблем [3].

Громадянське суспільство – це основа демократії. Чим більше воно розвинуте, тим міцніша і стабільніша демократія, як на державному, так і на регіональному рівні. Сучасні тенденції розвитку громадянського суспільства в демократичних країнах визначаються, передусім, значним розширенням форм громадської участі у регіональній та місцевій політиці та підвищенням їх ефективності. Тому влада й інститути громадянського суспільства приділяють першочергову увагу розробці, узгодженню та впровадженню тих принципів громадської участі, які зроблять цю участь ефективною і сприятимуть розвитку громадянського суспільства та місцевої демократії (рис. 1) [4].

Загальний демократичний тренд проявляється у тому, що регіональна та місцева влада все більше переходить під громадський контроль. Дорадчі функції громадських комітетів чи рад – це вже пройдений етап. У західних

демократіях остаточні рішення все більше приймають спільні органи, що формуються із представників влади та громадськості.



Рис. 1. Принципи громадської участі, що зроблять у регіональній та місцевій політиці ефективною, та сприятимуть розвитку громадянського суспільства та місцевої демократії

Також все частіше проводять місцеві референдуми. Тож місцева влада все більше концентрується на виконанні рішень, які приймає громадськість [4].

Список використаних джерел:

1. Дніпров О. Взаємодія органів виконавчої влади та громадських інституцій: адміністративно-правовий аспект. *Підприємництво, господарство і право*. 2021. Вип. 4. Адміністративне право і процес. С. 138-143.
2. Жаровська І. Публічні та приватні інтереси у механізмі сучасної державної влади. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2010. Вип. 525. Правознавство. С. 33-36.
3. Інструменти та механізми вироблення й впровадження публічної політики в Україні. *УКРІНФОРМ*. 2019. URL: <https://cutt.ly/GS0Ya9t>.
4. Як цільова Програма сприятиме розвитку громадянського суспільства у Харківській області. *Громадський простір*. 2021. URL: <https://cutt.ly/aS0Y9iD>.

*Чайка А. В., СВО Бакалавр, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

ГРОМАДСЬКИЙ БЮДЖЕТ ТА ІНШІ ПРАКТИКИ ВЗАЄМОДІЇ ПИРЯТИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Територіальні громади України запроваджують Громадський бюджет як можливість згуртувати громаду навколо спільної справи, виокремити громадських лідерів та надати їм можливість розвивати населений пункт.

Громадський бюджет міста Пирятина Полтавської області – це частина міського бюджету, кошти якого спрямовуються на реалізацію кращих проектів розвитку міста, які надійшли від мешканців та стали переможцями під час голосування.

Основні вимоги до організації і проведення партиципаторного бюджетування визначено Положенням про партиципаторне бюджетування (бюджет участі, громадський бюджет), що затверджене 9 листопада 2016 р. А саме: модель громадського бюджету; профіль автора (вік, громадянство, належність до територіальної громади); профіль особи яка голосує (вік, громадянство, належність до територіальної громади); способи ідентифікації авторів та осіб, які голосують; порядок голосування (спосіб, кількість проектів, встановлення результатів) та попереднього розгляду проектів комісією, координаційною радою, порядок подання апеляції, її підстави; порядок реалізації проектів, права автора проекту; ступінь залученої громадськості на кожному етапі; параметри громадського бюджету; та ін. [1].

Подати проект може громадянин України, якому на момент його подання виповнилося 14 років. Подана проектна пропозиція може поширюватися лише на один об'єкт (наприклад, вулицю, школу, дитсадок тощо), що належить міській територіальній громаді.

Протягом року кожен громадянин може подати будь-яку кількість проектів, які приймаються щороку, починаючи з 1 квітня, протягом 90 календарних днів. Проектна пропозиція не повинна перевищувати 100 тис. грн. До проектних пропозицій додається список з підписами щонайменше 25 членів міської територіальної громади, які підтримують пропозицію, за встановленою формою.

Загальний обсяг громадського бюджету на відповідний бюджетний рік (починаючи з 2018 р.) складає 1 % від надходжень загального фонду бюджету міської ОТГ без урахування міжбюджетних трансфертів, затверджених рішенням міської ради про бюджет на рік, що передує плановому. Зокрема, у 2016 р. – 200 тис. грн, 2017 р. – 530 тис. грн, 2018 р. – 743,1 тис. грн, 2019 р. – 950 тис. грн, 2020 р. – 1060 тис. грн. Впродовж 2017 р. реалізовано чотири проектних пропозиції, які надійшли від мешканців міста, у 2018 р. – п'ять, у 2019 р. – дев'ять [1].

Положенням про бюджет також визначено організаційно-процедурні питання складання, розгляду, затвердження, виконання та звітності бюджету територіальної громади міста, контролю за дотриманням бюджетного законодавства. Передбачає воно і громадські слухання щодо формування та виконання бюджету участі. Це також сприяє залученню активних громадян до бюджетування міської територіальної громади.

Практику Пирятинської міської ради щодо залучення громади до бюджетного процесу та Громадського бюджету було представлено на семінарі з обміну кращими практиками у сфері партисипативного управління та місцевої демократії у форматі «рівний рівному» на тему «Участь громадськості у бюджетному процесі» в рамках Проекту «Партисипативна демократія, як основа належного управління в нових громадах», що реалізується за фінансової

підтримки Фонду Чарльза Стюарта Мотта (березень 2019 р.) [1].

Практика Пирятинської міської територіальної громади «Вибори директора: досвід Пирятинської міської ОТГ» – одна з кращих практик, яка увійшла до бази даних успішних практик «Партисипативна демократія, як основа належного управління в нових громадах» Всеукраїнської Асоціації ОТГ. Це призначення керівників закладів освіти за результатами конкурсного відбору. В Пирятинській ОТГ на конкурсній основі вже прийняті директори трьох опорних закладів, культурно-громадського центру, публічної бібліотеки, школи мистецтв, краєзнавчого музею. Така ж практика вже застосована і до керівників комунальних підприємств громади.

Щороку протягом досліджуваного період рішенням сесій Пирятинської міської ради затверджувалася Програма «Партисипативна демократія в діяльності Пирятинської міської ради» [2]. Її метою є забезпечення відкритості, прозорості, доступності в діяльності Пирятинської міської ради шляхом впровадження партисипативної демократії в т. ч. у стратегічному плануванні територіальної громади, відкритому бюджетуванні, вивченні громадської думки. Відповідно до основних завдань віднесено забезпечення участі громади у стратегічному плануванні, забезпечення участі громади у відкритому бюджетуванні, вивчення громадської думки щодо проблемних питань у функціонуванні громади.

Основні напрями діяльності та заходи Програми «Партисипативна демократія в діяльності Пирятинської міської ради» на 2020 р. за участі активних мешканців:

- забезпечення участі громадян у стратегічному плануванні – розробка анкет щодо вивчення громадської думки, проведення анкетування мешканців територіальної громади на предмет згуртованості, громадське обговорення щодо внесення змін до Стратегії розвитку Пирятинської територіальної громади на 2021-2024 рр., розробка Стратегії розвитку Пирятинської територіальної громади на 2021-2024 рр.;

- забезпечення участі громади у відкритому бюджетуванні – проведення громадського обговорення щодо підготовки Плану соціально- економічного розвитку ОТГ на 2021 р., проведення громадського обговорення щодо формування бюджету територіальної громади на 2021 р.;

- заходи, які стосуються Програми в цілому – створення громадських рад при старостатах для забезпечення участі в управлінні старостинськими округами активних жителів сільських територій, переформатування роботи публічної та сільських бібліотек у клуби за інтересами, зустрічі з цікавими людьми, в т. ч. і представниками місцевого самоврядування (міський голова, депутати міської ради), активізація роботи Молодіжної ради [2].

Загальний обсяг фінансових ресурсів, запланований для реалізації програми, 251,0 тис. грн, з них коштів бюджету міської територіальної громади – 54,5 тис. грн, коштів інших джерел – 196,5 тис. грн.

З 2016 р. існує Положення про місцеву ініціативу, яке визначає порядок її подання до міської ради: від створення ініціативної групи та збору підписів на підтримку місцевої ініціативи до підготовки та розгляду питання на сесії

міської ради [3]. Положенням передбачено, що в ініціативній групі повинно бути не менше п'яти осіб, а для того щоб подати місцеву ініціативу на розгляд міської ради, ініціативній групі треба зібрати 50 підписів членів міської територіальної громади, яким виповнилося 18 років. Члени ініціативної групи обов'язково запрошуються на засідання постійних та тимчасових комісій та сесію міської ради, на яких обговорюється питання, внесене у порядку місцевої ініціативи, доповідають з даного питання, беруть участь в обговоренні та вносять пропозиції до проекту рішення. Прийняте рішення оприлюднюється на офіційному сайті міської ради та надсилається членам ініціативної групи.

Згадані вище практики взаємодії Пирятинської міської ради з громадськістю – одні з найважливіших і найкращих шляхів, що слугують підвищенню ефективності місцевого врядування а також прикладом впровадження європейських підходів та стандартів щодо включення громадськості в процес ухвалення рішень.

Список використаних джерел:

1. Пирятин. Офіційний сайт територіальної громади. URL: <http://pyriatyn.org.ua> (дата доступу: 12.02.2022 р.).

2. Програма «Партисипативна демократія в діяльності Пирятинської міської ради» на 2020 рік. URL: <http://pyriatyn.org.ua/data/laws/doc2020-1-20-54.pdf> (дата доступу: 12.02.2022 р.).

3. Положення про місцеві ініціативи у Пирятинській міській об'єднаній територіальній громаді. URL: <http://pyriatyn.org.ua/data/laws/doc2016-11-9-12.pdf> (дата доступу: 12.02.2022 р.).

СЕКЦІЯ 7. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 081 ПРАВО

*Андрейко Я. Г., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

УЗАГАЛЬНЕННЯ АНАЛІЗУ НОРМАТИВНИХ АКТІВ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ПОДІЛЬСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ У МІСТІ ПОЛТАВА

Одним з важливих напрямів розвитку суспільства є соціальний захист населення як один із напрямів соціальної політики. В умовах проведення багатьох реформ суттєво порушується баланс інтересів різних верств населення, прошарків і класів, що веде до негативних соціально-економічних наслідків, подолання яких є можливим за допомогою різних форм та методів системи соціального захисту населення. За умов обмеженості фінансових ресурсів виникає безліч проблем соціального захисту та соціального забезпечення громадян, адже наявні фінансові ресурси держави не можуть забезпечити матеріальні потреби населення.

У статті 46 Конституції України зазначено, що громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом [1].

Управління соціального захисту населення Подільської районної у м. Полтаві ради утворюється Подільською районною м. Полтаві радою відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», входить до її складу і в межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці забезпечує виконання покладених на цей підрозділ завдань.

Управління підпорядковане Подільській районній у м. Полтаві раді, виконавчому комітетові та голові Подільської районної у м. Полтаві ради, а також підвітне і підконтрольне Департаменту соціального захисту населення Полтавської обласної державної адміністрації.

Конституція України, наводячи основні характеристики держави, визначає Україну як соціальну державу, що передбачає її першочергову орієнтацію на забезпечення соціальних та економічних прав людини. Тим самим Україна як держава визнає себе відповідальною за економічне та соціальне благополуччя своїх громадян [2, с. 16].

Більшість актів, що визначають державну політику у сфері соціального захисту та соціального забезпечення, згідно з безпосередньо задекларованою в них метою, спрямовані на реалізацію конституційних соціальних прав громадян, наприклад: права на забезпечення прожиткового мінімуму, подолання складних життєвих обставин або вирішення існуючих соціальних проблем – інвалідність, сирітство, бездомність, реагування на соціальні виклики сучасності – ВІЛ/СНІД, бідність, дитяча бездоглядність та ін.

підвищення рівня соціальних стандартів та життєвого рівня різних соціальних груп – ветеранів війни, інвалідів, багатодітних сімей та ін., виконання актів вищої юридичної сили, виконання міжнародних зобов'язань України – зокрема щодо забезпечення соціальних прав громадян [2, с. 23].

Закон України «Про соціальні послуги» є базовим та визначає основні організаційні та правові засади надання соціальних послуг, спрямованих на профілактику складних життєвих обставин, подолання або мінімізацію їх негативних наслідків, особам/сім'ям, які перебувають у складних життєвих обставинах [3].

Усю діяльність держави щодо регулювання сфери соціального захисту та соціального забезпечення можна згрупувати за такими напрямками: організація надання соціальних пільг, призначення соціальних та компенсаційних виплат, регулювання порядку здійснення соціальної роботи та надання соціальних послуг, затвердження державних соціальних програм, встановлення державних соціальних стандартів, гарантій і нормативів, запровадження інших заходів соціального захисту [2, с. 23].

Статті Конституції України містять положення, які закріплюють цілий комплекс загально визнаних соціальних прав людини та специфічних соціальних гарантій з боку держави, а саме: право на соціальний захист (ст. 46); право на житло (ст. 47); право на достатній життєвий рівень для себе та своєї сім'ї (ст. 48); право на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування (ст. 49); право дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, на державне утримання (ст. 52); право на освіту (ст. 53) [1].

Слід зазначити, що для законодавства України у сфері соціального захисту та соціального забезпечення характерними є комплексні кодифіковані законодавчі акти, що мають за мету охопити цілий ряд правовідносин, пов'язаних із певною проблемою або соціальною групою. Для прикладу, Закон України «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи», розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реформування системи соціальних послуг» тощо. Разом з цим, деякі акти мають цільову спрямованість, як постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок надання платних соціальних послуг та затвердження їх переліку».

Таким чином, аналіз законодавства дозволяє визначити, що наразі основними складовими нормативно-правової бази регулювання соціального захисту населення є Конституція України, базовий Закон України «Про соціальні послуги», який визначає основні організаційні та правові засади надання соціальних послуг, спрямованих на профілактику складних життєвих обставин, подолання або їх мінімізацію негативних наслідків.

Список використаних джерел:

1. Конституція України від 28 червня 1996 № 254 к/96–ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30.

2. Садова У. Соціальна політика в Україні: регіональні дослідження і перспективи розвитку: монографія. Львів: НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2005. 408 с.

3. Про соціальні послуги: Закон України від 17.01.2019 № 2671-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2019. № 18. Ст.73.

*Глазунова Д.О., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОСАДОВИХ ФУНКЦІЙ ФАХІВЦЯ З ПРАВА СИСТЕМИ БВПД

Відповідно до статті 13 Закону України «Про безоплатну правову допомогу» безоплатна вторинна правова допомога (далі – БВПД) являє собою вид державної гарантії, що полягає у створенні рівних можливостей для доступу осіб до правосуддя [1]. Суб'єктами надання безоплатної вторинної правової допомоги в Україні є центри з надання безоплатної вторинної правової допомоги; адвокати, включені до Реєстру адвокатів, які надають безоплатну вторинну правову допомогу [1].

Представники БВПД у своїй професійній діяльності захищають інтереси людини, її права та свободи, інтереси суспільства та держави від злочинних та інших протиправних посягань. Вони кожного дня ведуть боротьбу за справедливість, гуманність, законність та правопорядок.

Для системи БВПД характерним є наявність наступних функцій: консультативної (надання порад, консультацій громадянам з правових питань); захисної (захист підозрюваних(обвинувачених) на досудових розслідуваннях у суді 1-ї інстанції, засуджених в апеляційній та касаційній інстанції, представництва громадян в суді); виховної (роз'яснення проведення профілактичної роботи, правового інструктажу та пропаганди); комунікативної (реалізується у процесі спілкування юрисконсульта з працівниками підприємства, установи чи організації, юристами інших установ, громадянами, які потребують юридичної допомоги, а також під час переговорів з контрагентами, спілкування з представниками державних, правоохоронних чи судових органів); контрольної (полягає у візуванні документів правового характеру на підприємстві, тобто у письмовому підтвердженні дії таких документів та їх законності); пошуково-пізнавальної (дослідження поданих документів, пошук юридично значимих фактів або доказів у справі); прогностичної (спрогнозувати майбутній результат своєї діяльності та передбачити настання можливих наслідків) [2, с. 43].

Функції БВПД – це основні напрями її впливу на певні сфери суспільних відносин з метою досягнення правового результату, що виходить із мети такої діяльності, а саме: захисту прав та свобод [2, с. 44]. Водночас зазначені функції є цілеспрямованим процесом впливу на життя суспільства, у них розкривається сутність, характер і призначення професійної діяльності юрисконсульта.

Серед конкретних пропозицій щодо вдосконалення посадових функцій фахівця з права системи БВПД доцільно назвати підвищення рівня правових знань шляхом самонавчання або підвищення кваліфікації, зокрема удосконалення знань положень Конституції України; законів України «Про безоплатну правову допомогу», «Про державну службу» та «Про засади запобігання і протидії корупції», нормативних документи, що стосуються надання безоплатної правової допомоги та діяльності місцевого центру з надання безоплатної вторинної правової допомоги; указів та розпоряджень Президента України, постанов Верховної Ради України, постанов та розпоряджень Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів, що регулюють організацію та методику ведення правової роботи у центрі надання безоплатної вторинної правової допомоги. Це допоможе йому якісно виконувати свою роботу та своєчасно і доречно надавати консультації громадянам, які звертаються за допомогою до центру надання безоплатної правової допомоги.

Стандарти БВПД – це формалізовані умови, які розроблені задля того, щоб проголосити виконавчою владою держави власні очікування щодо досконалості цієї послуги; спрямувати на їх реалізацію практику суб'єктів надання безоплатної правової допомоги, оцінювати якість їхньої роботи та звітувати перед суспільством, якому служить система безоплатної правової допомоги [3, с. 113]. Оновлення стандартів надання БВПД, удосконалення методичної підтримки фахівців, які надають БВПД, з боку органів юстиції, Координаційного центру з надання правової допомоги та регіональних центрів, має позитивно впливати на виконання функцій фахівця з права БВПД [4].

З метою недопущення професійного вигорання в системі БВПД варто попереджати перевантаження роботою працівників, запобігати понаднормовій праці, звертати увагу на поліпшення навичок тайм-менеджменту. Крім того, організація різноманітних тренінгів, семінарів, заходів позитивно впливає на корпоративну культуру та обстановку у трудовому колективі в цілому.

Задля попередження професійної деформації в системі БВПД, що часто характерна для працівників, які мають справу з людьми та необхідністю вивчати життєві проблеми людей, - варто сприяти підвищенню загальної культури, правової та моральної свідомості, етики поведінки, здійснювати постійне покращення кваліфікації працівників.

На удосконалення рівня виконання посадових функцій фахівця з права БВПД здатне вплинути покращення ефективності організації робочого місця; оскільки робоче місце є первинною ланкою організаційної структури кожної установи, а процес праці – це завжди сукупність визначених дій працівника на цьому місці.

Крім того, на удосконалення посадових функцій фахівця з права, який працює в системі БВПД, позитивно може впливати досвід волонтерської діяльності, досвід участі у діяльності громадських організацій, ініціативних груп, які надають допомогу вразливим суспільним групам.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про безоплатну правову допомогу» від 02.06.2011 року № 3460–V URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-17#Text>.
2. Іванцова А.В. Поняття безоплатної правової допомоги в Україні та за кордоном. *Часопис Академії адвокатури України* № 3. 2015. С.41-45
3. Козьяков І., Говоруха О. Актуальні питання реалізації принципів надання безоплатної правової допомоги. *Науковий часопис Національної академії прокуратури України*. 2018. № 1 (17). С. 107–116.
4. Наказ Міністерства юстиції України «Про затвердження Стандартів якості надання безоплатної вторинної правової допомоги у цивільному, адміністративному процесі та представництва у кримінальному процесі» від 21.12.2017 № 4125/5 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1554-17#Text>.

*Глуценко О.Ю., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю.А.*

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ РАД (НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛІВСЬКОЇ СІЛЬСЬКОЇ РАДИ)

В Україні на конституційному рівні встановлений принцип верховенства права, що зобов'язує кожного суб'єкта владних повноважень діяти відповідно до приписів національної правової системи. Органи місцевого самоврядування, які займають вагоме місце у системі народовладдя, не є виключенням з цього правила і виконують свої повноваження відповідно до законодавчої бази.

Іншими словами, підставою будь-яких дій органу місцевого самоврядування мають бути конкретні закони та підзаконні акти, що деталізують дію закону. Так, у тексті будь-якого рішення органу місцевого самоврядування, а саме – в констатуючій частині рішення, визначено перелік нормативно-правових актів, спираючись на які, орган місцевого самоврядування приймає дане рішення [12, с. 76].

Хмельівська сільська рада не порушує даний принцип і, як орган місцевого самоврядування, діє виключно відповідно до системи нормативно-правових актів, які охоплюють кілька рівнів.

Основу нормативно-правової бази діяльності визначає Конституція України, як Основний Закон нашої держави. В першу чергу, в Конституції у ст. 7 встановлено, що в Україні визнається і гарантується місцеве самоврядування, також визначено право на місцеве самоврядування, якому присвячено окремий Розділ XI, що так і називається: «Місцеве самоврядування» [1]. У Розділі XI встановлено, що місцеве самоврядування є правом територіальної громади самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України (ст. 140), також визначено склад, строки повноважень та підстави припинення повноважень місцевої ради та її депутатів (ст. 141), матеріальна і фінансова основа місцевого самоврядування (ст. 142) та інші важливі положення, що складають фундамент законодавчої бази про місцеве

самоврядування [1]. Дані конституційні положення є підґрунтям для інших нормативно-правових актів у сфері діяльності органів місцевого самоврядування.

Наступною вагомою правовою засадою діяльності місцевих рад виступають міжнародні правові акти, ратифіковані Верховною Радою України, зокрема Європейська хартія місцевого самоврядування [2]. На сьогодні хартія є основним міжнародно-правовим документом для країн-членів Ради Європи з питань організації місцевої влади на засадах місцевого самоврядування. В ній викладені стандарти щодо організації управління на місцях на засадах місцевого самоврядування, які є обов'язкові для держав – членів Ради Європи.

Важливе місце у законодавчій базі щодо місцевого самоврядування посідають спеціалізовані закони - Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [7] та Закон України «Про статус депутатів місцевих рад» [10].

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» повністю посвячений місцевому самоврядуванню і його головним характеристиками таким як: поняття місцевого самоврядування (ст. 2), основні принципи місцевого самоврядування (ст. 4), система місцевого самоврядування (ст. 5), законодавство про місцеве самоврядування (ст. 24), повноваження сільських, селищних, міських рад (гл. 1) та інші ключові моменти функціонування місцевого самоврядування [7]. Саме на підставі цього Закону були розроблені законопроекти та прийняті закони, в яких регламентуються окремі питання функціонування місцевого самоврядування, наприклад: «Про службу в органах місцевого самоврядування» [9], «Про органи самоорганізації населення» [8] тощо. Необхідність прийняття зазначених законів прямо передбачена в Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» або впливає з його положень.

Закон України «Про статус депутатів місцевих рад» стосується депутатів місцевих рад. У ньому окреслені межі та гарантії діяльності депутата, визначено його правовий статус.

Наступними слід назвати нормативні акти, що регулюють окремі питання діяльності місцевих рад. До них можна віднести: Закон України «Про доступ до публічної інформації» [5] та «Про відкритість використання публічних коштів» [4], Бюджетний Кодекс України [3], Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [6] укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України, які стосуються місцевого самоврядування та інші подібні законодавчі акти, в яких налагоджуються деякі питання функціонування місцевого самоврядування.

Окремо потрібно згадати нормативно-правові акти, які ухвалює місцева влада, і які є обов'язковими для органів місцевого самоврядування та членів територіальної громади. Згідно зі ст. 144 Конституції України органи місцевого самоврядування в межах повноважень, визначених законом, приймають рішення, які є обов'язковими до виконання на відповідній території [1]. Таке положення деталізується у Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні», у ст. 59 якого зазначається право не тільки органів, а й посадових осіб

місцевого самоврядування видавати правові акти [7]. Дані акти діють в межах певної території і приймаються задля вирішення питань місцевого значення.

Важливим актом місцевої дії є Регламент сільської ради. Регламент - нормативно-правовий акт місцевої ради, що містить сукупність правил, які визначають порядок діяльності ради, її органів, а також депутатів місцевої ради. В регламенті місцевої ради визначається порядок проведення першої сесії ради, порядок обрання голови та заступника (заступників) голови районної в місті, районної, обласної ради, секретаря сільської, селищної, міської ради, скликання чергової та позачергової сесії ради, призначення пленарних засідань ради, підготовки і розгляду питань на пленарних засіданнях, прийняття рішень ради про затвердження порядку денного сесії та з інших процедурних питань, а також інші питання організації роботи сесії [11]. Перелік, функціональна спрямованість і порядок організації роботи постійних комісій визначаються регламентом відповідної ради та Положенням про постійні комісії. Регламентом ради можуть бути встановлені інші, ніж закріплені в законах, правила депутатської етики та заходи впливу щодо тих депутатів місцевих рад, які порушують ці правила.

Регламент Хмелівської сільської ради був затверджений 30 листопада 2020 року на першій сесії сільської ради, його можна порівняти з місцевою конституцією, тому що в ньому закладені засадничі принципи діяльності органу місцевого самоврядування та взаємодії з іншими державними установами. Саме він визначає, як і в який спосіб громадськість може впливати на місцеву владу.

Підсумовуючи вище викладене, потрібно зазначити, що Хмелівська сільська рада, як і кожна місцева рада, діє відповідно до системи нормативних актів, до складу якої належать Конституція України, міжнародні акти, зокрема Європейська хартія місцевого самоврядування, спеціалізовані закони - Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» та Закон України «Про статус депутатів місцевих рад», які є головними актами місцевого самоврядування, адже саме в них встановлені головні положення щодо місцевого самоврядування в Україні. Також існує ціла низка законів та підзаконних нормативних актів, що регулюють окремі питання роботи органів місцевого самоврядування. Важливе місце посідають безпосередньо акти місцевої ради.

Список використаних джерел:

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. *Відомості Верховної Ради України*. – 1996. – № 30. – Ст.141.
2. Європейська хартія місцевого самоврядування м. Страсбург, 15 жовтня 1985 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text
3. Бюджетний Кодекс України від 8.07.2010 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 50-51.
4. Про відкритість використання публічних коштів: Закон України від 11.02.2015р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/183-19#Text>

5. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2001р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>

6. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text>

7. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>

8. Про органи самоорганізації населення: Закон України від 11.07.2001р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2625-14#Text>

9. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 7.07.2001 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14#Text>

10. Про статус депутатів місцевих рад: Закон України від 11.07.2002р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15#Text>

11. Проблеми функціонування місцевих рад та їх виконавчих органів : монографія / за ред. Ю. М. Тодики. Х. : Право, 2009. 540 с.

12. Скакун О. Ф. Нормативно-правовий акт органу (посадової особи) місцевого самоврядування України: загальнотеоретичні аспекти. *Проблеми удосконалення правового регулювання місцевого самоврядування в Україні* : матеріали Міжнар. наук.-прак. конф., м. Харків, 25 трав. 2004 р. / за ред. Ю. П. Битяка. Х. : Ін-т держ. буд-ва та місц. самоврядування АПрН України, 2004. С. 96-97.

*Дерев'янка В.С., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

СУДОВЕ РІШЕННЯ ЯК АКТ ПРАВОСУДДЯ: ФОРМА І ЗМІСТ

Базою проходження мною виробничої практики (комплексної з фаху) було визначено Новосанжарський районний суд *Полтавської області*, тому і документи, які я мав спроектувати, нерозривно пов'язані із судочинством та внутрішнім діловодством суду. Одним із документів, розроблених мною за час проходження виробничої практики, стало судове рішення.

Проголошення судового рішення є заключним етапом судового розгляду певної справи. Рішення суду як найважливіший акт правосуддя покликане забезпечити захист гарантованих Конституцією України прав і свобод людини та здійснення проголошеного Основним Законом України принципу верховенства права [1]. У зв'язку з цим суди повинні неухильно додержувати вимог про законність і обґрунтованість рішення у цивільній.

Судове рішення складається з конкретних частин. Відповідно до статті 265 Цивільно-процесуального кодексу України (далі – ЦПК) судове рішення повинно містити чотири частини: вступну, описову, мотивувальну та резолютивну [2].

У вступній частині повинно зазначатися [2]: 1) дата і місце ухвалення судового рішення. Дата вказується обов'язково із застосуванням словесно-

цифровий метод написання, наприклад 4 лютого 2021 року. Місцем проголошення судового рішення являється населений пункт в якому розташований суд; 2) найменування суду. Повинно бути зазначено повне найменування відповідного суду; 3) прізвища та ініціали суді та судового секретаря. Вказується лише останній склад суду, тобто фактично той склад, який прийняв рішення, відзначається хто з суддів був головуючим; 4) номер справи; 5) ім'я (найменування) сторін та інших учасників справи; 6) вимоги позивача. У вступній частині позовні вимоги викладаються стисло, тобто, в обсязі достатньому для того, щоб зрозуміти характер спору.

Головна мета описової частини конкретизація предмета спору. Призначення цієї частини – найбільш повно і точно відобразити спір, як він розуміється самими особами, які беруть участь у справі. Також, у ній можуть міститися показання свідків, та експертів або пояснення осіб, які беруть участь у справі.

У описовій частині повинно зазначатися [2]: 1) стислий виклад позиції позивача та заперечень відповідача. Тут міститься виклад змісту і підстав позову відповідно до позовної заяви. На противагу вступній частині у якій предмет позову зазначається узагальнено, в описовій частині слід зазначити усі позовні вимоги. У випадку, якщо позовні вимоги змінювалися у процесі розгляду справи це також зазначається. Після опису підстав та предмету позову в описовій частині зазначається позиція відповідача: заперечує він позов чи визнає, а якщо визнає, то повністю чи частково; якщо частково - то в якій саме частині. У разі заперечень – у чому суть заперечень проти позову; 2) заяви та клопотання. Якщо під час розгляду справи сторони або особи, які приймали участь у справі подавали будь-які заяви та клопотання, про це також зазначається у описовій частині; 3) інші процесуальні дії у справі (забезпечення доказів, вжиття заходів забезпечення позову, зупинення і поновлення провадження тощо).

Мотивувальна частина містить усі думки та міркування суду відповідно до яких суд ухвалив відповідне рішення. Також у цій частині вказується фактичні та правові обґрунтування остаточних висновків суду по конкретній справі.

У мотивувальній частині рішення зазначаються [2]: 1) фактичні обставини, встановлені судом, та зміст спірних правовідносин, з посиланням на докази, на підставі яких встановлені відповідні обставини. В цій частині рішення зазначається чи мали місце обставини, якими обґрунтовувалися вимоги та заперечення, та якими доказами вони підтверджуються; чи є інші фактичні дані, які мають значення для вирішення справи, та докази на їх підтвердження; 2) докази, відхилені судом, та мотиви їх відхилення. Під час судового розгляду суд може досліджувати різні засоби доказування. Деякі можуть свідчити про те, що акт мав місце, а інші - навпаки, то постає питання про перевагу одних над іншими. Надання переваги певним доказам - це результат їх оцінки. Суд оцінює докази, які є у справі, за своїм внутрішнім переконанням, що ґрунтується на їх безпосередньому, всебічному, повному та об'єктивному дослідженні. Ніякі докази не мають для суду наперед

встановленої сили. Суд оцінює належність, допустимість, достовірність кожного доказу окремо, а також достатність і взаємний зв'язок доказів у їх сукупності; 3) чи були і ким порушені, не визнані або оспорені права, свободи чи інтереси, за захистом яких мало місце звернення до суду. Після встановлення фактичних обставин справ, суд робить висновок про те, що були порушені права позивача і переходить до викладу мотивів рішення; 4) норми права, які застосував суд, та мотиви їх застосування.

Пленум Верховного суду України наголошує, що у мотивувальній частині кожного рішення має бути наведено також посилання на закон та інші нормативно-правові акти матеріального права (назва, стаття, її частина, абзац, пункт, підпункт закону), у відповідних випадках - на норми Конституції України, на підставі яких визначено права та обов'язки сторін у спірних правовідносинах, на норми процесуального права, керуючись якими суд установив обставини справи, права та обов'язки сторін. У разі необхідності мають бути посилання на Конвенцію та рішення Європейського суду з прав людини, які згідно із Законом України від 23 лютого 2006 року «Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини» є джерелом права та підлягають застосуванню в даній справі [3].

Резолютивну частину судового рішення можливо розцінювати, як найважливішу частину, оскільки в ній проголошується остаточне рішення суду стосовно конкретної справи. З метою запобігання виникненню помилки під час виконання рішення, у резолютивній частині зазначається точне і повне найменування організації і прізвище, ім'я та по батькові громадян, відносно яких суд вирішив питання. У формі рішення виносяться ті постанови суду першої інстанції, якими справа вирішується по суті. Закон не передбачає включення до резолютивної частини рішення висновків з питань, не пов'язаних з вирішенням справи по суті. Тому в ній неприпустимо вирішувати питання про виділення частини вимог в самостійне провадження або про закриття провадження по них, залишення заяви без розгляду тощо.

У резолютивній частині рішення має бути зазначено: 1) висновок суду про задоволення позову чи про відмову в позові повністю або частково щодо кожної з заявлених вимог; 2) розподіл судових витрат; 3) строк і порядок набрання рішенням суду законної сили та його оскарження [2].

Пленум Верховного суду України зазначає, що у резолютивній частині, зокрема, має бути зазначено: висновок суду про задоволення позову або відмову в позові повністю чи частково (при відмові в позові слід точно зазначити, кому, відносно кого та в чому відмовлено); висновок суду по суті позовних вимог: які саме права позивача визнано або поновлено; розмір грошових сум чи перелік майна, присуджених стороні; вартість майна, яке належить стягнути з відповідача, якщо при виконанні рішення присудженого майна у наявності не буде; конкретні дії, які відповідач повинен вчинити та на чию користь, або інший передбачений законом спосіб захисту порушеного права; розподіл судових витрат; строк і порядок набрання рішенням суду законної сили та його оскарження; у яких межах допускається негайне виконання рішення, коли суд зобов'язаний або має право його допустити [3].

При об'єднанні в одне провадження кількох вимог або прийнятті зустрічного позову чи позову третьої особи, яка заявляє самостійні вимоги, має бути сформульовано, що саме ухвалив суд щодо кожної позовної вимоги.

Таким чином, ухвалене у справі рішення має бути законним та обґрунтованим, зрозумілим, чітким, викладеним у послідовності, встановленій ЦПК, і обов'язково містити вступну, описову, мотивувальну та резолютивну частини. Разом з тим рішення не повинно містити зайвої деталізації, яка не має правового значення в даній справі, незрозумілих словосполучень, занадто довгих речень, через які викладення фактичних обставин важко сприймається.

Список використаних джерел:

1. Конституція України від 28 червня 1996 № 254 к/96–ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30.
2. Цивільний процесуальний кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2004. № 40-41, 42. ст. 461.
3. [Про судові рішення у цивільній справі](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0014700-09#Text) : Постанова Верховного суду України від 18.12.2009 № 14. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0014700-09#Text>

*Жемела І.О., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЗАДЛЯ РУХУ»)

Основними правовими актами, які регулюють діяльність товариства з обмеженою відповідальністю, є: Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», статут товариства, колективний договір та інші правові документи, що регулюють окремі напрями діяльності товариства.

Господарський кодекс України регулює порядок створення, реєстрації, ліквідації та реорганізації підприємств; досліджує загальні принципи корпоративного управління і самоврядування персоналу; враховує механізм створення і використання економічних активів; визначає види економічної, економічної та соціальної діяльності підприємств; закріплює права і обов'язки, пов'язані із здійсненням господарської діяльності; регулює відносини з іншими суб'єктами та державою [1].

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном; учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів [1].

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЗАДЛЯ РУХУ» створено з ціллю здійснення господарської, фінансово-інвестиційної, комерційної та іншої діяльності з метою отримання прибутку. За класифікатором видів економічної діяльності (КВЕД) видами діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «ЗАДЛЯ РУХУ» є: 45.31 Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів (основний); 45.32 Роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів [2].

Господарським кодексом України визначено загальні принципи управління підприємством, яке здійснюється відповідно до його Статуту.

Статут становить основу діяльності кожного підприємства, що відображає обов'язкові правила взаємовідносин у самому підприємстві й у відносинах з іншими суб'єктами господарювання. Статут повинен відповідати вимогам і положенням Господарського кодексу України [1].

Статут Товариства з обмеженою відповідальністю «ЗАДЛЯ РУХУ» було затверджено в 2018 році новою редакцією. Згідно із статтею 11 Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» у статуті товариства зазначаються відомості про: 1) повне та скорочене (за наявності) найменування товариства; 2) органи управління товариством, їх компетенцію, порядок прийняття ними рішень; 3) порядок вступу до товариства та виходу з нього. Статут товариства може містити інші відомості, що не суперечать закону [3].

Статут регулює діяльність Товариства з обмеженою відповідальністю «ЗАДЛЯ РУХУ» згідно законодавства України.

Важливий документ, що регулює виробничі, трудові й економічні відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства, - колективний договір. Він укладається між профспілкою та власником підприємства. Колективний договір передбачає зобов'язання адміністрації стосовно поліпшення умов праці, заходи з охорони праці та зростання її продуктивності й оплати, підвищення кваліфікації кадрів і соціального захисту працівників підприємства [4]. У колективному договорі обумовлені конкретні зобов'язання адміністрації за основними напрямками діяльності колективу (безкоштовне перевезення робітників власним транспортом).

Колективний договір укладається щорічно; впродовж року на раді трудового колективу заслуховується взаємозвіт про його виконання.

Колективний договір між керівником ТОВ «ЗАДЛЯ РУХУ» та трудовим колективом було зареєстровано виконавчим документом Лубенською міською радою №1642 від 03.07.2017 р. і був прийнятий на загальних зборах (конференцією) трудового колективу 27.06.2017 р., протоколом №1. Колективний договір було прийнято на 2017-2020 р., але доки не було укладено нового договору, то цей договір вважається дійсним. Колективний договір включає такі розділи: мета удосконалення колективного договору; сторони договору та їх повноваження; термін дії договору; сфера дії положень договору; порядок внесення змін та доповнень до договору.

Отже, діяльність товариств з обмеженою відповідальністю регламентується Цивільним кодексом України, Господарським кодексом

України, Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», а також іншими законодавчими актами України та локальними правовими актами.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України, прийнятий 16 січня 2003 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144.
2. ТОВ "ЗАДЛЯ РУХУ". URL: <https://opendatabot.ua/c/30568711>
3. [Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю](#) : Закон України від 06.02.2018 № 2275-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2018. № 13. Ст.69.
4. [Про колективні договори і угоди](#) : Закон України від 01.07.1993 № 3356-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1993. № 36. Ст.361.

*Жилкіна К. С., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

ПРАВОВІ ЗАСАДИ АДВОКАТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Адвокат (від лат. *advoco* – запрошую) – це юрист, що надає професійну правову допомогу учасникам правовідносин [1]. Під час своєї діяльності адвокат, що є самозайнятою особою, користується низкою нормативних та інструктивних документів. Правовою основою діяльності адвоката є Конституція України, Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», Положення «Про ордер на надання правової (правничої) допомоги», Правила адвокатської етики тощо.

Згідно до Основного Закону кожен має право на професійну правничу допомогу. У випадках, передбачених законом, ця допомога надається безоплатно. Кожен є вільним у виборі захисника своїх прав [2, с. 59].

Відповідно до ст. 55 Конституції України найвищою юридичною гарантією прав і свобод людини і громадянина є їх судовий захист [2]. Реалізація судового захисту адвокатом в таких видах провадження як: цивільному, господарському, адміністративному, пов'язана з одним із основних конституційних прав людини і громадянина України, а саме з правом на одержання правової допомоги. Беззаперечним залишається факт, що основними суб'єктами, на яких покладається обов'язок надання такої допомоги, є адвокати, діяльність яких розглядається як один з основних складників розбудови верховенства права в кожній країні.

Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» містить в собі 10 розділів щодо таких питань: набуття права на заняття адвокатською діяльністю, видів адвокатської діяльності, прав і обов'язків адвоката, гарантій його діяльності, договору про надання правової допомоги, зупинення та припинення права на заняття адвокатською діяльністю, дисциплінарної відповідальності адвоката, адвокатського самоврядування, здійснення в Україні

адвокатської діяльності адвокатом іноземної держави та особливостей статусу адвоката [3]. Можна сказати, що це пряма інструкція повноважень адвоката, яка всебічно надає характеристику та важливі пояснення щодо даної професії.

Закон забезпечує здійснення адвокатами своєї діяльності на принципах верховенства права, законності, незалежності, конфіденційності та уникнення конфлікту інтересів [3].

Положення «Про ордер на надання правової (правничої) допомоги» було затверджено рішенням Ради адвокатів України від 12 квітня 2019 року № 41. Положення встановлює єдині для всіх адвокатів України, адвокатських об'єднань/адвокатських бюро правила виготовлення, оформлення, зберігання, обліку ордерів [4].

Ордер – це письмовий документ, який посвідчує повноваження адвоката на надання правової допомоги та містить в собі прізвище, ім'я та по батькові клієнта, номер та дата договору, складений між ним та адвокатом, орган, в якому надається юридична допомога клієнту, повне ім'я адвоката, номер та дата видачі свідоцтва, дата заповнення ордеру та підпис адвоката [4]. Так, адвокат завжди має на своєму робочому місці ордери та записник для їх реєстрації. Вони використовуються обов'язково при представництві особи у суді, а також при написанні адвокатського запиту разом із свідоцтвом.

Правила адвокатської етики, які також є невід'ємним збірником обов'язкових у виконанні правил для адвоката, були затверджені звітно-виборчим з'їздом адвокатів України 09 червня 2017 року. Правила мають на меті уніфіковане закріплення традицій і досвіду української адвокатури в сфері тлумачення норм адвокатської етики, а також загальноновизнаних деонтологічних норм і правил, прийнятих у міжнародному адвокатському співтоваристві [5].

Збірник містить в собі основні принципи адвокатської етики, надає необхідну характеристику відносинам між адвокатом та клієнтом, адвокатом та судом, адвокатом та іншими учасниками справи, адвокатом та іншими органами й особами при здійсненні своєї діяльності, а також між адвокатами взагалі. До того ж, висвітлюються норми адвокатської етики в громадській, науковій та публіцистичній діяльності, при використанні мережі Інтернет тощо.

Мабуть, основним розділом Правил, який представляє собою ту саму необхідну юридичну мораль, є другий, який містить в собі основні принципи адвокатської етики, тобто правил поведінки адвоката. Він розкриває поняття про таке: незалежність та свобода у здійсненні адвокатської діяльності, непорушне дотримання законності, пріоритет інтересів клієнта, неприпустимість конфлікту інтересів, конфіденційність, компетентність і добросовісність, повага до адвокатської професії.

Таким чином, ми розглянули та проаналізували найважливіші нормативні акти щодо діяльності бази практики, адвоката, які, на перший погляд, є змістовними, всебічними та повними, але все ж таки мають свої нюанси, колізії та деінде потребують доповнення й більш ширшого тлумачення.

Список використаних джерел:

1. Забровський В. В. До питання про дефініцію поняття «адвокат». Проблеми законності. 2016. Вип. 132. С. 75-82.

2. Конституція України: офіц. текст. Київ : КМ, 2013, 96 с. Закон України: від 28 червня 1996 року Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.

3. Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» від 05 липня 2012 р. Відомості Верховної Ради України – 2013. – № 27. Ст. 282. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17>.

4. Положення «Про ордер на надання правової (правничої) допомоги» від 21 квітня 2019 р. Відомості Верховної Ради України – 2019. – № 41. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr041871-19>.

5. Правила адвокатської етики : З'їзд адвокатів України: від 09 червня 2017 року. Відомості Верховної Ради України – 2017. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001891-17#n4>.

*Маркович М. Ф., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ НАДАННЯ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНІ

Питання захисту прав людини шляхом забезпечення рівного доступу до правової інформації та правосуддя, посилення правових можливостей і правової спроможності представників соціально вразливих груп, територіальних громад та спільнот залишається актуальним для сьогодення.

Конституційні права людини є невід'ємними складовими конституційно-правового статусу людини і громадянина. Одне з основоположних прав людини – право кожного на правову допомогу, закріплене у статті 59 Конституції України, згідно з якою кожен має право на професійну правничу допомогу; у випадках, передбачених законом, ця допомога надається безоплатно [1].

Саме в рамках реалізації даної конституційної норми 2 червня 2011 року було прийнято Закон України «Про безоплатну правову допомогу» [2]. Це знаменувало початок становлення і розвитку системи безоплатної правової допомоги.

Безоплатна правова допомога (далі – БПД) являє собою правову допомогу, яка гарантується державою та повністю або частково надається за рахунок коштів Державного бюджету, місцевих бюджетів та інших джерел [2]. Першоосновою діяльності БПД є повага до гідності людини та прагнення створити умови, за яких люди мають рівний доступ до права й правосуддя, незалежно від рівня їх матеріальних статків чи ступеня соціальної вразливості [3].

Відповідно до Закону України «Про безоплатну правову допомогу» БПД охоплює первинну правову допомогу та вторинну правову допомогу [2].

Безоплатна первинна правова допомога (далі – БППД) включає в себе такі види правових послуг: надання правової інформації, консультацій і роз'яснень з правових питань; складення заяв, скарг, інших документів правового характеру

(крім процесуальних); надання допомоги в забезпеченні доступу особи до вторинної правової допомоги та медіації. Окремим пунктом ч. 2 ст. 7 ЗУ «Про безоплатну правову допомогу» вноситься також право для сільського населення що мають у власності земельні ділянки на отримання консультацій, роз'яснень і підготовки проектів договорів користування земельними ділянками такими як оренда, суборенда, земельний сервітут, емфітевзис чи суперфіцій [2]. Право на БППД мають усі особи, які перебувають під юрисдикцією України.

Безоплатна вторинна правова допомога (далі – БВПД) включає такі види правових послуг: захист; здійснення представництва інтересів осіб в судах, інших державних органах, органах місцевого самоврядування, перед іншими особами; складення документів процесуального характеру. Право на БВПД мають категорії осіб, які визначені статтею 14 Законом України «Про безоплатну правову допомогу» [2].

На виконання положень Закону України «Про безоплатну правову допомогу» було відкрито низку регіональних центрів, що мають за мету надання безоплатної вторинної допомоги, котра надається підозрюваним, обвинуваченим у справах кримінального сегменту, затриманим, заарештованим, а також засудженим [4]. На період 2015 року утворено сто місцевих центрів з надання безоплатної вторинної правової допомоги, а вже у 2016 року діяло більше 400 бюро, що надають правову допомогу й до сьогодні. Сучасна мережа незалежних надавачів БППД відповідає правовим потребам людей.

Полтавський місцевий центр з надання безоплатної вторинної правової допомоги було зареєстровано 13 травня 2015 року і станом на 2021 рік якісно та слушно надає свої послуги людям. Він, а також ряд таких самих місцевих бюро, мають за свою мету підтримання порядку, за яким буде забезпечено захист прав людини, шляхом надання однакового для всіх доступу до інформації правового характеру, а також правосуддя, посилення правових можливостей і правової спроможності представників соціально вразливих груп, територіальних громад та спільнот [5].

Система безоплатної правової допомоги, у тому числі як і Полтавський місцевий центр з надання безоплатної вторинної правової допомоги, базується на ряді нормативно-правових актів, в першу чергу це ЗУ «Про безоплатну правову допомогу» від 02.06.2011 № 3460-VI, ЗУ «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» від 05.07.2012 № 5076-VI, Постанови Кабінету Міністрів України «Про реформування територіальних органів Міністерства юстиції та розвиток системи надання безоплатної правової допомоги» від 11.02.2016 № 99, Наказ Міністерства юстиції України «Про затвердження Положення про центри з надання безоплатної вторинної правової допомоги» від 3.07.2012, а також Організаційно-розпорядчих документах серед яких Наказ Координаційного центру з надання правової допомоги «Про затвердження порядку організації роботи консультаційних пунктів доступу до безоплатної правової допомоги» від 28.05.2021 № 127, положення про Полтавський місцевий центр з надання безоплатної вторинної правової допомоги.

Власний досвід, отриманий в результаті проходження виробничої практики (комплексної з фаху) на базі Полтавського місцевого центру з надання БВПД, дає можливість зробити висновки, що система БПД працює в команді на основі взаємної поваги та взаємної відповідальності; діє добросовісно, зорієнтована на клієнта й сповідує рівне ставлення до всіх.

Працівники Полтавського місцевого центру з надання БВПД вірять, що гідне життя безпосередньо залежить від того, наскільки людина знає свої права, має бажання та можливості їх реалізовувати. БПД пропонує людям засоби для вирішення життєвих проблем у правовий спосіб.

Отже, розвиток системи БПД фактично можна пов'язати з прийняттям Закону України «Про безоплатну правову допомогу» від 2 червня 2011 року, та ряду інших, не менш вагомих нормативно правових актів, за якими діють усі центри, у тому числі і Полтавський місцевий центр з надання безоплатної вторинної правової допомоги. Основна мета діяльності центрів БПД – надання власне правової допомоги: первинної, що полягає зокрема у консультаціях, і вторинної – захисту, представництві та складенні процесуальних документів.

За допомогою інституту БПД люди в Україні мають можливість за допомогою правових інструментів вирішити своїх життєвих питань та отримують, гарантований Конституцією України, рівний доступ до правосуддя.

Список використаних джерел:

1. Конституція України від 28 червня 1996 № 254 к/96–ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30.
2. Про безоплатну правову допомогу : Закон України від 02.06.2011 р. № 3460-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. 23 груд. (№ 51). С. 577.
3. Козьяков І., Говоруха О. Актуальні питання реалізації принципів надання безоплатної правової допомоги. *Науковий часопис Національної академії прокуратури України*. 2018. № 1(17). С. 107-116: URL:http://www.chasopysnapu.gp.gov.ua/ua/pdf/12018/koziakov_govoruha.pdf
4. Що таке безоплатна правова допомога? URL: https://minjust.gov.ua/legal_aid
5. Про систему БПД. URL: <https://www.legalaid.gov.ua/pro-systemu-bpd/>

*Чаплигіна А.Р., СВО Бакалавр, спеціальність 081 Право
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Козаченко Ю. А.*

ДЕОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ НОТАРІАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нотаріуси як особи вільної юридичної професії незалежно від того, працюють вони індивідуально, у складі професійних об'єднань чи за наймом, мають певні обов'язки, сукупність яких становить зміст професійної етики, або деонтології (від грец. «деонтос» - те, що потрібно робити, і «логос» - наука або вивчення) [1, с. 52].

Необхідність формування та розвитку етичних норм у нотаріальній діяльності зумовлена її певною суспільною значимістю та довірчим характером відносин між нотаріусами та заінтересованими особами. Етичні норми у професійній діяльності нотаріуса склалися в міру розвитку інституту нотаріату й отримували своє певне оформлення у законодавстві про нотаріат та у правилах корпоративної поведінки [1, с. 53].

Професійною етикою нотаріусів є сукупність норм поведінки нотаріуса у суспільстві та у спілкуванні при здійсненні професійної діяльності, а також у відносинах з фізичними та юридичними особами, іншими нотаріусами, професійним об'єднанням нотаріусів, органами влади тощо [2].

Значення етичних норм професійної діяльності нотаріусів концентровано, як засадничий принцип, закріплено у присязі, яка складається нотаріусом при вступі на посаду відповідно до ст. 6 Закону України «Про нотаріат»: «Урочисто присягаю виконувати обов'язки нотаріуса чесно і сумлінно, згідно з законом і совістю, поважати права і законні інтереси громадян і організацій, зберігати професійну таємницю, скрізь і завжди берегти чистоту високого звання нотаріуса» [3].

Правила професійної етики нотаріусів України, що розроблені відповідно до статті 5 Закону України «Про нотаріат» та затверджені Наказом Міністерства юстиції України 07.06.2021 № 2039/5, визначають основні принципи та вимоги до професійної етики нотаріуса, морально-етичні стандарти поведінки, якими нотаріус повинен керуватися у відносинах з державними органами, фізичними та юридичними особами, іншими нотаріусами, Нотаріальною палатою України при здійсненні ним своїх професійних обов'язків [2].

Професійна етика нотаріуса України ґрунтується на принципах: публічності; незалежності та неупередженості; законності; доступності; безпосередності; нотаріальної таємниці та конфіденційності; чесності; сумлінності; поваги до професії [2]. Розкриємо зміст даних принципів на підставі приписів Правил професійної етики нотаріусів України.

Публічність професійної діяльності полягає в тому, що нотаріус здійснює незалежну професійну діяльність в межах делегованих йому державою повноважень.

Незалежність та неупередженість означає, що нотаріус зобов'язаний бути неупередженим при вчиненні нотаріальних дій. Незалежність нотаріуса під час здійснення професійної діяльності передбачає його свободу від будь-якого стороннього впливу чи тиску, неправомірного втручання у його діяльність. Нотаріус зобов'язаний уникати будь-якого незаконного впливу на його професійну діяльність, протистояти тиску, бути принциповим у виконанні своїх професійних обов'язків та відстоюванні професійних прав, їх ефективному використанні в інтересах учасників правовідносин.

Законність. У своїй діяльності нотаріус зобов'язаний дотримуватися чинного законодавства України, сприяти утвердженню та практичній реалізації принципів верховенства права та законності, застосовувати всі свої знання і

професійну майстерність для належної охорони і захисту прав та законних інтересів фізичних і юридичних осіб.

Доступність. Нотаріус повинен продемонструвати розумну доступність за зверненням заінтересованих осіб та повідомити особу, яка звернулася, у разі неможливості надати відповідь на звернення протягом розумного строку.

Безпосередність здійснення нотаріальної діяльності передбачає виключно особисте спілкування з особою, яка звернулася за консультацією або наданням правової допомоги, та власноручне підписання вчиненої нотаріусом нотаріальної дії з використанням лише власної гербової печатки.

Нотаріальна таємниця та конфіденційність. Розголошення відомостей, що становлять нотаріальну таємницю, заборонено, окрім випадків, установлених Законом України «Про нотаріат» [3]. Нотаріус повинен уникати розмов стосовно особи, яка до нього звернулася за наданням консультації або правової допомоги, а також вчиненої відносно неї нотаріальної дії. Нотаріус не повинен використовувати конфіденційну інформацію у спосіб, що може зашкодити особі, яка до нього звернулася, або для отримання прямої чи непрямої вигоди для себе чи іншої особи.

Чесність передбачає, що нотаріус повинен дотримуватися найсуворіших правил справедливості, об'єктивності та чесності; не повинен хибно представляти власну компетенцію або ефективність професійних послуг.

Сумлінність. Нотаріус має постійно працювати над вдосконаленням своїх знань і підвищенням свого професійного рівня. Нотаріус зобов'язаний надавати правову допомогу фізичним та юридичним особам компетентно і добросовісно, що передбачає знання відповідних норм права, наявність необхідного досвіду їх застосування.

Повага до професії – своєю діяльністю і поведінкою нотаріус повинен стверджувати повагу до нотаріальної професії та спільноти, її сутності і призначення, сприяти збереженню та підвищенню її престижу. Дбаючи про престиж своєї професії, нотаріус має забезпечувати високий рівень культури поведінки, поводитися гідно, стримано, тактовно, зберігати самоконтроль і витримку, мати пристойний зовнішній вигляд.

Міжнародним документом, що визначає засади етичної поведінки нотаріуса є Європейський Кодекс нотаріальної етики, що прийнятий 3–4 лютого 1995 р. Асамблеєю нотаріусів у Неаполі та набув чинності у 1995 році [4]. Мотиви прийняття Кодексу пов'язуються з вільним пересуванням людей, капіталів, майна, збільшенням кількості правочинів та торговельних операцій, включаючи збільшення юридичних операцій з іноземним елементом, розширенням умов їх співпраці, гарантуванням заінтересованим особам отримання їх допомоги та порад. Кодекс передбачає, що нотаріус є публічною посадовою особою, вільним професіоналом і має дотримуватися правил етики своєї країни. Як довірена особа своїх клієнтів нотаріус зобов'язаний зберігати професійні таємниці і нотаріальну тайну. Ці обов'язки поширюються на співробітників, партнерів за умовами законодавства країни, де вони працюють.

Таким чином, принципи професійної етики нотаріуса, якими нотаріус має керуватися у відносинах з державними органами, фізичними та юридичними

особами, іншими нотаріусами, визначені міжнародними стандартами та національним законодавством, зокрема Законом України «Про нотаріат» та Правилами професійної етики нотаріусів України.

Список використаних джерел:

1. Комаров В.В., Баранкова В.В. Нотаріат в Україні : підручник. Х. : Право, 2011. 384 с.
2. Про затвердження Правил професійної етики нотаріусів України : Наказ Міністерства юстиції України 07.06.2021 № 2039/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0759-21#n7> (дата звернення – 16.07.2021)
3. Про нотаріат : *Закон України* від 02.09.1993 № 3425-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3425-12#top>.
4. Європейський кодекс нотаріальної етики, прийнятий Конференцією нотаріусів Європейського Союзу 3-4 лютого 1995 в Неаполі, змінений 20-21 жовтня 1995 в Граці, 17-18 березня 2000 року в Брюсселі і 9 листопада 2002 року в Мюнхені (опублікований у Німецькому нотаріальному журналі в 2003 році, с. 721). URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU95646> .

СЕКЦІЯ 7. СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 126 ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

Канцібер Д.С., СВО Бакалавр, спеціальність 126 Інформаційні системи та технології

Науковий керівник: к.ф.-м.н., доцент Копішинська О.П.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ВЕБТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ПРОЄКТУВАННІ САЙТІВ

В сучасному світі вебтехнології використовуються в усіх сферах людського життя. Неможливо уявити організацію без власного вебсайту, адже це найзручніший спосіб представлення інформації та комунікації з іншими людьми. Всі сучасні сайти створені на технологіях HTML та CSS, а для взаємодії з користувачами використовується мова програмування JavaScript.

Завдяки технології CSS сайти отримують дизайн, адже без дизайну сайти б виглядали однотипно і нецікаво. Зараз майже неможливо знайти сайт, на якому б не використовувались CSS стилі. Це особливо важливо, оскільки саме за допомогою CSS сайту надається адаптивність. Така необхідність в адаптивності є через те, що в 2022 році великий відсоток людей відвідує сайти з мобільних пристроїв, і сайти без адаптивності на таких пристроях виглядають не дуже гарно (рис. 1).

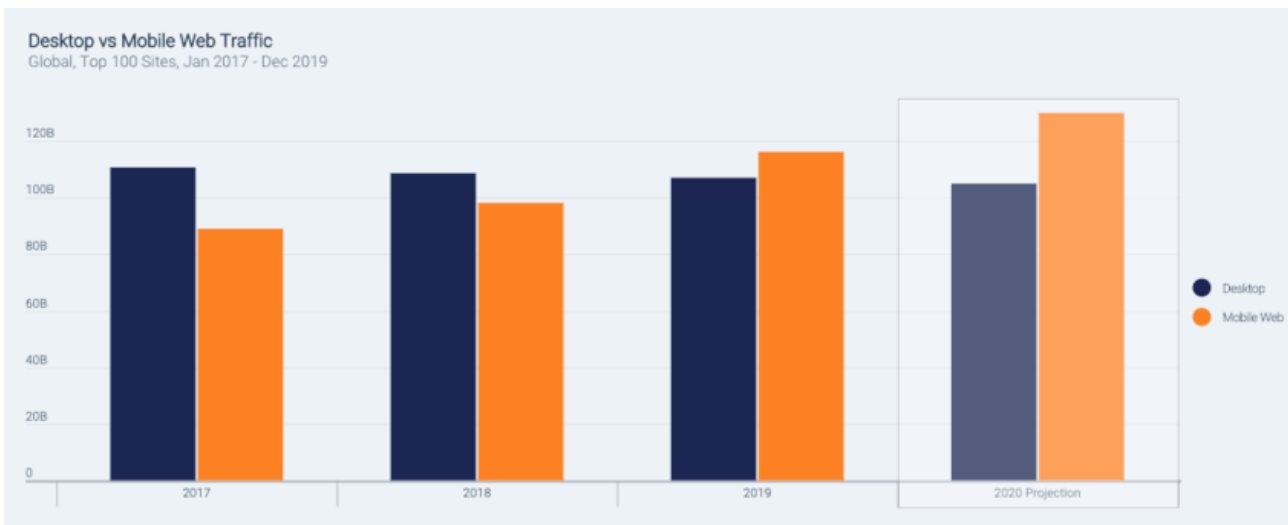


Рис. 1. Статистика відвідування сайтів з різних пристроїв

Джерело: (за <https://www.techspot.com/news/83945-mobile-devices-pushing-web-traffic-new-heights.html>)

Раніше сайти створювались на так званих float`ах, сьогодні ж такий підхід уже не використовується, зараз популярними є технології Flex і Grid, що спрощують верстання сайту [1].

Для CSS є різноманітні бібліотеки, фреймворки і препроцесори. Серед популярних CSS фреймворків можна виділити Bootstrap і Tailwind. Існує безліч

бібліотек з готовими рішеннями, а препроцесори такі як SCSS або LESS дозволяють розробнику писати більш зрозумілий і короткий код.

Загалом CSS є невід'ємною частиною сучасного сайту і буде залишатися таким ще довгий час. Але окрім гарного зовнішнього виду сайту, йому ще потрібна інтерактивність. Саме JavaScript відповідає за інтерактивність сайту, реагування на дії користувача, такі як, клацання мишки, набір тексту і навіть переміщення курсору. JS є одною з найпопулярніших і затребуваних мов програмування у світі (рис. 2) [2].

Якою мовою пишете для роботи зараз

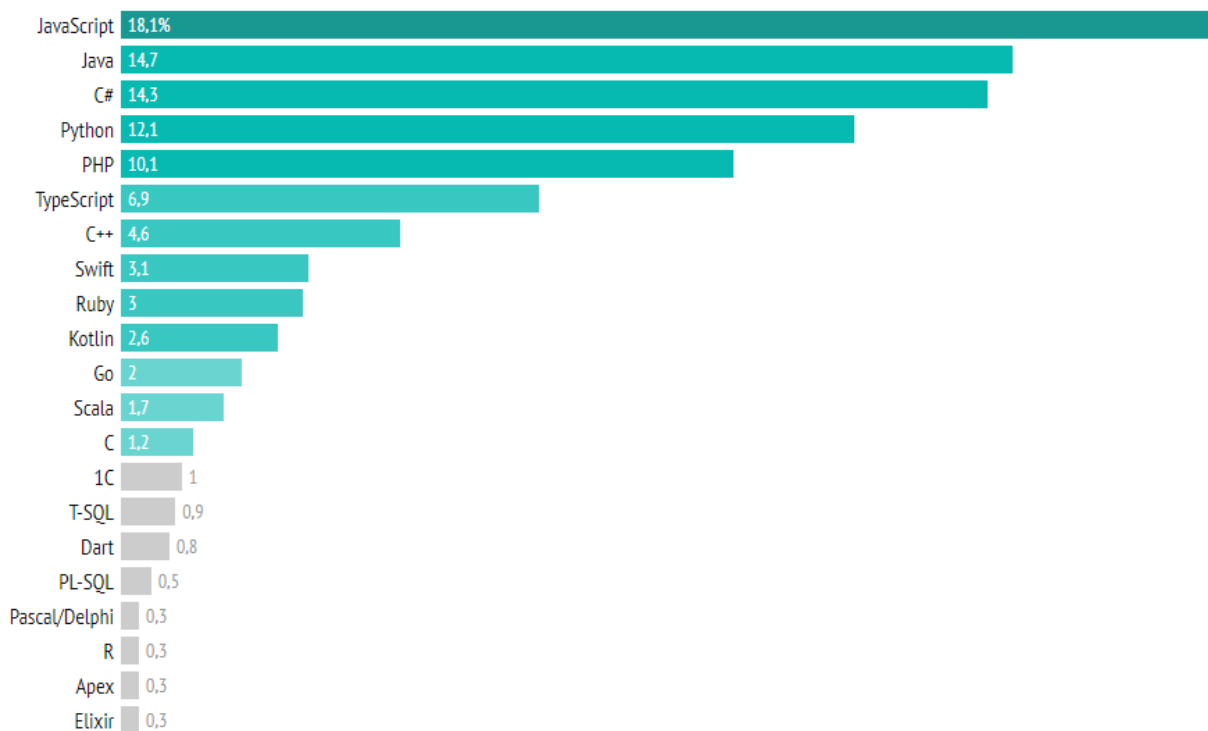


Рис. 2. Рейтинг мов програмування станом на 2021 рік

Джерело: (за даними <https://dou.ua/lenta/articles/language-rating-jan-2021/>)

Внаслідок своєї популярності JavaScript створив навколо себе величезну екосистему з різних плагінів, бібліотек, фреймворків і інших готових рішень.

Одною з найпопулярніших бібліотек є JQuery. JQuery – це набір готових функцій, для спрощення життя розробника і написання JavaScript коду.

Написання коду на чистому JS є доволі незручним і непрактичним, оскільки в 95% це створення велосипеда. Для цього і потрібен JQuery, він дозволяє легко писати і використовувати різні елементи для сайту, такі як слайдери, каруселі і багато інших.

Як було сказано вище, код на JQuery є простішим у написанні і розумінні, але він є повільнішим у виконанні. Порівняльний приклад написання кодів до і після застосування JQuery показано на рис. 3. Але різниця в швидкості не настільки критична, особливо враховуючи обчислювальні можливості сучасних машин, щоб це відіграло суттєву роль.

Jquery	<pre> \$('ul.first') .find('.foo') .css('background-color', 'red') .end() .find('.bar') .css('background-color', 'green') .end(); </pre>	54,827 ±0.79% 76% slower
native javascript	<pre> var e = document.querySelector("ul.first"); for (var i = 0; i < e.length; ++i) { if(hasClass(e[i], 'foo')) e[i].style.backgroundColor = 'red'; if(hasClass(e[i], 'bar')) e[i].style.backgroundColor = 'green'; } </pre>	233,147 ±4.70% fastest

Рис. 3. Порівняння раціональності одного і того ж коду на JQuery і JS.

Хоча JQuery уже доволі стара бібліотека (створена у 2006 році Джоном Резігом), але до сих пір багато сайтів використовують цю технологію. Але чому саме її? Переваги JQuery:

- Зрозумілість та зручність читання коду;
- Кросбраузерність – важлива в нашій час тема, оскільки зараз існує дуже багато браузерів, і важливо щоб код працював в переважній більшості з них;
- Швидкість введення коду порівняно з JS;
- Легкість підключення.

І найголовніша перевага: JQuery вдало і просто поєднує у собі HTML, CSS і JavaScript.

Із недоліків JQuery можна відзначити:

- Відносно повільне виконання;
- Із імпортованими бібліотеками функціональність може бути обмежена;
- Додатковий розмір завантаження сторінки.[3]

Як висновок, JQuery є чудовим рішенням в багатьох ситуаціях, оскільки він простий у освоєнні і використанні, має безліч готових рішень, а головне дозволяє заощаджувати головну річ розробника – час. Але він не є панацеєю, іноді краще використати іншу, більш підходящу для вашої задачі технологію.

Список використаних джерел:

1. CSS Знайомство з Grid і Flex URL: <https://tproger.ru/translations/css-flexbox-grid/> (останнє відвідування 3.02.2022)
2. Рейтинг мов програмування URL: <https://itc.ua/news/rejting-yazykov-programirovaniya-ot-dou-ua-javascript-operedil-java-a-python-php/> (останнє відвідування 3.02.2022)
3. JQuery.Про JQuery URL: <https://astwellsoft.com/uk/blog/tehnology/jquery.html> (останнє відвідування 3.02.2022)

ВИКОРИСТАННЯ БІБЛІОТЕКИ REACT ДЛЯ СУЧАСНИХ ВЕБЗАСТОСУВАНЬ

За останні 20 років інтернет та технології веброзробки змінилися до невпізнання. Деякі перевірені часом рішення отримали друге народження – наприклад, мова програмування Python, а деякі нові розробки, подібні до Angular і React.js, стрімко набирають популярність. Потреба React.js пов'язана з новим трендом на обробку даних на стороні клієнта.

React – JavaScript-бібліотека для роботи з інтерфейсами (UI), яку створили розробники Facebook. Бібліотеку почали використовувати на сайті цієї соцмережі у 2011 році. А у 2013 році Facebook відкрив вихідний код React [1].

За допомогою React розробники створюють вебзастосунки, які змінюють відображення без перезавантаження сторінки. Завдяки цьому програми швидко реагують на дії користувача, наприклад, заповнення форм, застосування фільтрів, додавання товарів у кошик і так далі.

React застосовують для відображення компонентів інтерфейсу користувача. Також бібліотека може повністю управляти фронтом. У цьому випадку React використовують бібліотеки для управління станом і роутингу, наприклад, Redux і React Router. Для CSS є різноманітні бібліотеки, фреймворки і препроцесори.

Одна з ключових особливостей React – універсальність. Цю бібліотеку можна використовувати на сервері та на мобільних платформах за допомогою React Native.

Ще одна важлива особливість бібліотеки – декларативність. За допомогою React розробник визначає, як компоненти інтерфейсу виглядають у різних станах. Декларативний підхід скорочує код та робить його зрозумілим.

React базується на компонентах, це ще одна ключова особливість бібліотеки. Кожен компонент повертає частину інтерфейсу користувача зі своїм станом. Поєднуючи компоненти, програміст створює завершений інтерфейс веб-програми.

Важливою особливістю React є використання JSX. Це розширення синтаксису JavaScript, яке зручно використовувати для опису інтерфейсу. JSX схожий на HTML, проте це все-таки JavaScript. Приклад JSX можна побачити на рис. 1. JSX дозволяє писати JavaScript код за допомогою готових компонентів, які практично повністю повторюють HTML. Це спрощує розробку. До важливих особливостей React належить використання віртуального DOM (Virtual DOM). Віртуальний DOM — це об'єкт, в якому зберігається інформація про стан інтерфейсу. При зміні стану, наприклад, після надсилання форми або натискання кнопки, React розраховує різницю між старим та новим станом. Після цього бібліотека малює новий стан.

Використання віртуального DOM дозволяє бібліотеці ефективно оновлювати реальний DOM. [2]

```
const header = text ? <h1>{text}</h1> : null;

const vdom = (
  <div>
    {header}
    <Hello />
  </div>
);
```

Рис. 1. Приклад використання JSX

Затребуваність React: за даними досліджень, бібліотека входить до найпопулярніших технологій.

За інформацією співзасновника ррт Inc Лоррі Восса (Laurie Voss) , частка React на ринку фронтенд-бібліотек та фреймворків наприкінці 2021 року досягла більше 70%. Дані про популярність бібліотек та фреймворків отримані під час опитування користувачів системи управління пакетами ррт [3].

Ситуація на ринку праці: зарплати та вакансії для React-розробників. За даними сайту DOU. Вимога знання бібліотеки React на початку 2022 року займає 13% вакансій.

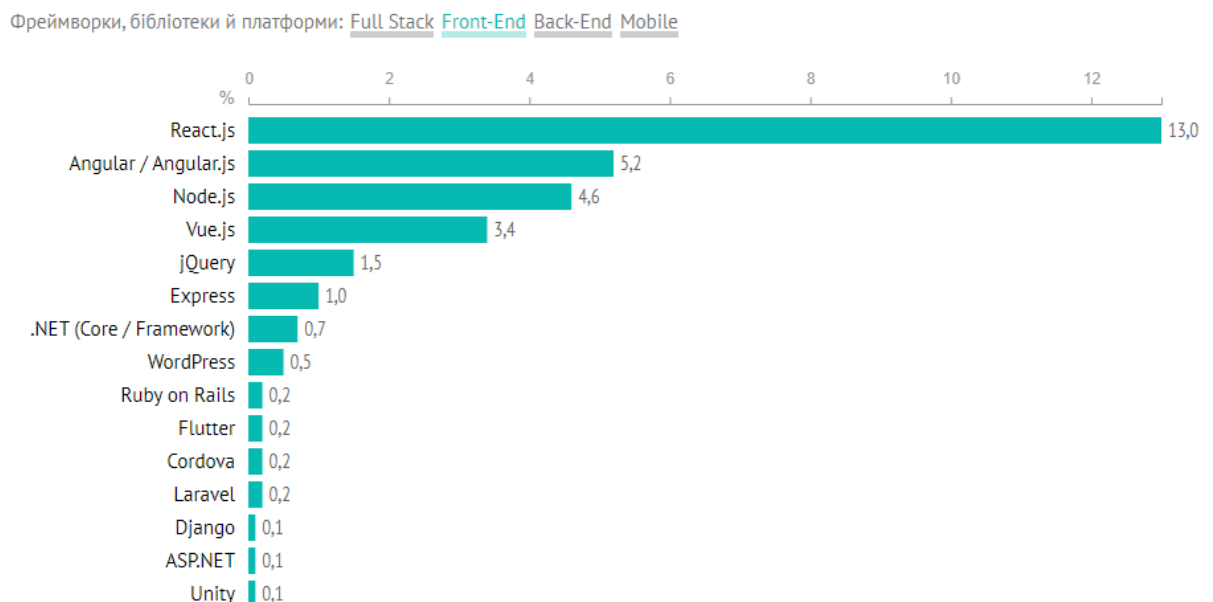


Рис. 2. Статистика пошуку спеціалістів зі знанням певного фреймворку, бібліотеки або платформи

У першу групу входять оголошення про пошуки фронтенд-розробників. Типові назви вакансій – «Frontend-розробник», «JavaScript-developer». У таких оголошеннях роботодавці вказують на вміння писати на React в числі вимог до

кандидатів. На початку 2022 року в оголошеннях про пошук JS-розробників зі знанням React зарплатна вилка становить від 1 900\$ до 2 900\$ на місяць. [4]

Список використаних джерел:

1. React – JavaScript-бібліотека для створення користувацьких інтерфейсів. URL: <https://ru.reactjs.org/> (дата звернення 02.02.2022)
2. Віртуальний DOM та деталі його реалізації в React. URL: <https://ru.reactjs.org/docs/faq-internals.html> (дата звернення 02.02.2022)
3. This year in JavaScript: 2018 in review and npm's predictions for 2019. URL: <https://medium.com/npm-inc/this-year-in-javascript-2018-in-review-and-npms-predictions-for-2019-3a3d7e5298ef> (дата звернення 02.02.2022)
4. Зарплати українських розробників – зима 2022 URL: <https://dou.ua/lenta/articles/salary-report-devs-winter-2022/> (дата звернення 02.02.2022)

Хухро І., СВО «Бакалавр», спеціальність «Інформаційні системи та технології»

Науковий керівник: к.т.н., доцент Рябий М.О.

АДРЕСАЦІЯ В ІНТЕРНЕТ: URL, URI, ДОМЕННІ ІМЕНА, IP-АДРЕСИ, ПРОТОКОЛИ ДОЗВОЛУ ДОМЕННИХ ІМЕН

Інтернет, або міжнародна комп'ютерна мережа, всемережжя, дослівно міжмережа, міжмережжя – всесвітня система сполучених комп'ютерних мереж, що заснована на комплекті інтернет-протоколів. Інтернет також називають мережею мереж, бо він складається з мільйонів локальних і глобальних приватних, публічних, академічних, ділових і урядових мереж, пов'язаних між собою з використанням різноманітних дротових, оптичних і бездротових технологій. Інтернет становить фізичну основу для розміщення величезної кількості інформаційних ресурсів і послуг, як-от взаємопов'язані гіпертекстові документи Всесвітнього павутиння (World Wide Web - WWW) та електронна пошта [1]. Питання про порядок передачі і адресації інформації в складній за структурою мережі постало від початку її створення. Одним із перших з'явився протокол IP/TSP протокол передачі даних. IP-адреса (адреса інтернет-протоколу) - це числове уявлення, яке однозначно ідентифікує конкретний інтерфейс у мережі. Прикладом IP-адреси є 127.0.0.1.

У даний час використовуються дві версії IP: IPv4 та IPv6. Порівняння протоколів IPv4 та IPv6 зображено на табл. 1.

URL (Uniform Resource Locator) - це адреса, яка видана унікальному ресурсу в мережі інтернет. Теоретично, кожен коректний URL веде на унікальний ресурс. Такими ресурсами може бути HTML-сторінка, CSS-файл, зображення тощо. Типова URL-адреса може мати форму <http://www.example.com/index.html>, яка вказує на протокол (http), ім'я хоста (www.example.com) та ім'я файлу (index.html).

Порівняння протоколів IPv4 та IPv6

Основа порівняння	IPv4	IPv6
Конфігурація адреси	Підтримує налаштування вручну та DHCP	Підтримує автоматичне налаштування та перенумерацію
Адресний простір	Він може генерувати $4,29 \times 10^9$ адреси.	Він може створити досить велику кількість адрес, тобто $3,4 \times 10^{38}$.
Особливості безпеки	Безпека залежить від програми	IPSEC вбудований в протокол IPv6
Довжина адреси	32 біта (4 байти)	128 біт (16 байт)
Адресне представництво	У десятковій	У шістнадцятковій
Фрагментація	Вимагає проміжного маршрутизатора для фрагментації будь-якої занадто великої датаграми	Використовує наскрізну фрагментацію (тільки відправником)
Ідентифікація потоку пакетів	Недоступна	Доступна, використовує поле мітки потоку в заголовку
Контрольна сума поля	Доступна	Недоступна
Шифрування та автентифікація	Не надається	Забезпечує автентифікацію та шифрування

Уніфікований ідентифікатор ресурсу (URI) - це унікальна послідовність символів, яка ідентифікує логічний або фізичний ресурс, що використовується веб-технологіями. URI можна використовувати для ідентифікації будь-чого, включаючи реальні об'єкти, такі як люди та місця, концепції або інформаційні ресурси, такі як веб-сторінки та книги.

URI ідентифікує ресурс за назвою у вказаному місці або URL. Інші URI надають лише унікальне ім'я, без засобів визначення місцезнаходження чи отримання ресурсу чи інформації про нього, це уніфіковані імена ресурсів (URN). Веб-технології, які використовують URI, не обмежуються веб-браузерами. URI використовуються для ідентифікації всього, що описано за допомогою Resource Description Framework (RDF).

Доменне ім'я – це ідентифікаційний рядок, що характеризує сферу адміністративної автономності, можливостей чи контролю в Інтернеті. Доменні імена використовуються в різних мережевих контекстах і для цілей іменування та адресації конкретних додатків. Як правило, доменне ім'я ідентифікує мережний домен або представляє ресурс інтернет-протоколу (IP), такий як персональний комп'ютер, що використовується для доступу в інтернет, серверний комп'ютер, на якому розміщується веб-сайт, або сам веб-сайт, або будь-яка інша служба, про яку повідомляється через Інтернет. Прикладами доменного імені є amd.com чи google.com.

URL (уніфікований локатор ресурсів) і доменне ім'я це загальні терміни, що мають відношення до інтернету або веб-адрес, і іноді використовуються як взаємозамінні. Хоча ці терміни абсолютно несхожі. Порівняння URL -адреси з доменним ім'ям подано в табл. 2.

Порівняння URL-адреси та доменного імені

Показники	URL	Доменне ім'я
Основи	URL – це повна веб-адреса, яка використовується для пошуку веб-сторінки.	Доменне ім'я - це перекладена та простіша форма комп'ютерної IP-адреси (логічна адреса).
Відносини	Повна веб-адреса, яка також містить доменне ім'я.	Частина URL-адреси визначає організацію чи організацію.
Підрозділи	Метод, ім'я хоста (доменне ім'я), порт і шлях.	На основі піддоменів (верхній рівень, середній рівень, низький рівень)
Приклад	https://www.ixbt.com/3dv/gigabyte-geforce-rtx-3080-eagle-oc-review.html	ixbt.com

У порівнянні з файловою системою в доменній системі імен розрізняють короткі, відносні та повні доменні імена. Коротке доменне ім'я - це ім'я кінцевого вузла мережі: хоста чи порту маршрутизатора. Коротке ім'я - частина дерева імен. Відносне доменне ім'я - це складове ім'я, що починається з певного рівня ієрархії, але не найвищого. Наприклад, [translate.google](https://translate.google.com) – це відносне ім'я. Повне доменне ім'я включає складові всіх рівнів ієрархії, починаючи від короткого імені та закінчуючи кореневою точкою: translate.google.com.ua [2].

DNS протокол (Domain Name System protocol) - це ієрархічна та децентралізована система іменування, яка використовується для ідентифікації комп'ютерів, служб та інших ресурсів, доступних через Інтернет чи інші мережі Інтернет-протокола (IP).

Записи ресурсів, що містяться в DNS, пов'язують доменні імена з іншими формами інформації. Найчастіше вони використовуються для встановлення зв'язку зручних для людини доменних імен із числом IP-адрес, які необхідні комп'ютерам для виявлення служб і пристроїв з використанням базових мережевих протоколів, але за часом вони були розширення для виконання багатьох інших функцій.

Список використаних джерел:

1. Олещенко Л. М. Організація комп'ютерних мереж: конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ. ім. Ігоря Сікорського, 2018. 225 с.
2. Учасники проєктів Вікімедіа. Інтернет – вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет> (дата звернення: 01.02.2022).