

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Навчально-науковий Центр «Школа бізнесу» НТУ «Дніпровська
політехніка»

Дніпропетровська торгово-промислова палата
Дніпропетровська обласна рада
Дніпропетровська обласна асоціація органів місцевого самоврядування
Управління моніторингу соціально-економічного розвитку та підтримки
місцевих ініціатив виконавчого апарату Дніпропетровської облради
Головне управління статистики у Дніпропетровській області
Київський національний університет будівництва і архітектури
Університет Вітовта Великого (лит. Vytauto Didžiojo universitetas, VDU,
Литва)
Вроцлавська політехніка (Politechnika Wroclawska, Польща)
Економічний університет м. Катовіце (Польща)



**«СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ»**

Матеріали 4-ї міжнародної науково-практичної конференції

19 травня 2023 року

НТУ «ДП»
2023

УДК 373.61+336.76

Сучасне підприємництво: проблеми теорії та практики: матеріали 4-ї між. наук.-прак. конф., м. Дніпро, 19 травня 2023. – Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2023.

Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої розробці та обґрунтування наукових засад розвитку підприємництва, узагальненню практичного досвіду успішного бізнесу. Розглядаються різні аспекти підприємницької діяльності, зокрема: стратегічне управління в підприємстві; економіка та організація бізнесу; інновації в підприємстві: стартапи, електронна комерція, Інтернет-бізнес; управління людськими ресурсами; роль бізнесу в забезпеченні сталого розвитку.

Розрахований на фахівців, які професійно займаються підприємницькою діяльністю, суб'єктів публічного управління та адміністрування, науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

За зміст та мовно-стилістичне редагування відповідальність несуть автори.

Організаційно-редакційний комітет: д-р екон. наук, проф. О.Г. Вагонова (голова), доц. Л.В. Тимошенко, доц. Ю.І. Літвінов.

ЗМІСТ

Вагонова О.Г. Розвиток підприємництва в умовах поствоєнної економіки.....	5
Ус С.А., Юдіна А.О. Дослідження динаміки кількості ветеринарних клінік в Україні за 2014-2020 роки.....	7
Матюха М.М. Роль інформаційного забезпечення у стратегічному розвитку бізнесу.....	9
Терещенко С.І., Гарбуз Є.О. Розробка стратегії розвитку підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу.....	11
Пономарьов Р.А., Чернобаєв В.В. Підвищення ефективності діяльності підприємницької структури.....	13
Терещенко С.І., Гордієнко С.Л. Сучасні напрями розвитку торговельного підприємства.....	14
Терещенко С.І., Гордієнко С.Л. Заходи, щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності торговельних підприємств.....	16
Воронько-Невіднича Т.В., Носенко В.О. Засади сталого розвитку підприємств агропродовольчої сфери.....	18
Терещенко С.І., Литвиненко О.М. Напрями розвитку підприємництва в аграрному секторі економіки України.....	20
Тимошенко Л.В., Доброштан Ю.М. Особливості посередницьких послуг малого підприємництва у сфері забезпечення трудовими ресурсами.....	22
Терещенко С.І., Бас О.Ю. Креативні підходи, щодо розвитку торговельного підприємства.....	23
Терещенко С.І., Петухов А.Ю. Фінансові стратегії підтримання конкурентоспроможності підприємницької діяльності.....	25
Бережна В.В., Чернобаєв В.В. Сутність та основні підходи до управління ефективністю діяльності підприємницької структури.....	27
Герасимова Д.Д., Літвінов Ю.І. Розвиток туристичної галузі в сучасних умовах..	29
Липовецька Ю. М., Ніколайчук О. А., Аналіз фінансового ризику підприємства на основі зміни його фінансових результатів.....	30
Терещенко С.І., Тінгаєв В.О. Форми матеріально-технічного забезпечення малого бізнесу.....	31
Ксенишина М. Р., Радзіховська Л. М. Дослідження впливу економічних факторів на розвиток внутрішнього туризму в Україні.....	32

Дідух В.С., Літвінов Ю.І. Розвиток підприємств кондитерської галузі.....	35
Мартиненко Н.В., Дрощенко Т.Ю. Нормативно-правова база європейського союзу щодо регулювання застосування штучного інтелекту.....	36
Гутарева Ю.В., Магдієв А.М. Переваги використання краудтехнологій в управлінні підприємницьких структур.....	38
Ковтун Є.С., Шаповал В.А. Особливості управління бізнес-проектами в сфері NFT-активів.....	39
Копішинська О.П., Канцібер Д.С. Системи управління проектами: порівняльна характеристика функціональних можливостей та зручність використання для бізнесу.....	41
Пилипенко В.В. Підвищення продуктивності праці: мотивація персоналу чи інновації?.....	43
Дервіш Д.С., Будякова О.Ю. Венчурне фінансування стартапів.....	44
Шарко В.В., Павлишина С.В. Особливості маркетингів в умовах воєного стану.....	46
Колесник Р.Д., Шаповал В.А. Сабатікал та дауншифтинг як інструменти розвитку проектної команди.....	48
Терещенко С.І., Загородній М. Мотиваційні заходи, щодо підвищення продуктивності праці підприємств середнього бізнесу.....	50
Тимошенко Л.В., Філатова А.А. Досвід забезпечення сталого розвитку компанії «Нова Пошта».....	52
Eugen Terekhov. Finanzielle Unterstützung des Wiederaufbaus der Ukraine durch EU als herauführung des Landes an die EU-mitgliedschaft.....	54
Лукін О.О., Романюк Н.М. Ризики та напрями розвитку суб'єктів підприємницької діяльності в умовах кризи.....	57
Царапкін М.О., Чорнобасів В.В. Розвиток підприємницької діяльності в медичній сфері в умовах війни та поствоєнного відновлення України.....	59

Вагонова О.Г.

*завідувачка кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
д.е.н., професор
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ПОСТВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ

Війна в Україні кардинально змінила умови ведення бізнесу в окремих регіонах нашої держави, спричинила додаткове навантаження на підприємницький сектор у вигляді подорожчання виробничих ресурсів, прямого руйнування активів, зменшення обсягів капіталовкладень у розвиток економіки. У цих умовах необхідно переглядати моделі ведення бізнесу з точки зору зміни безпекової ситуації та загальнонаціонального плану відновлення економіки України, в якому відображається пріоритетність державної та закордонної підтримки тих галузей економіки, які першочергово впливатимуть на обороноздатність та економічну безпеку країни, слугуватимуть основою швидкої відбудови країни, пом'якшуватимуть соціальну напруженість у суспільстві та екологічну кризу, спричинені війною.

За даними Держстату [1], прифронтові та частково окуповані регіони відповідають за більш як 40% ВВП України. На їх території зареєстровані понад 45% компаній. Частка підприємств, що перебувають під загрозою зникнення, у прифронтових та частково окупованих регіонах становить близько 45% для первинного сектору (сільське господарство та видобуток), 35% - для вторинного (заводи, фабрики, промислове виробництво) та 37% — для третинного сектору (послуги). Рекордне падіння попиту в прифронтових та частково окупованих регіонах завдає руйнівної шкоди малому і середньому бізнесу.

Згідно з прогнозом ВП, цього року українська економіка, після серйозного спаду в перший рік війни, має трохи зрости на 1,6 %. Відносна стійкість економіки України вражає, враховуючи рівень руйнувань і 15 % населення, яке покинуло країну. Цьогорічному зростанню передував спад на 30,3 %. Але навіть це падіння було менш серйозним, ніж передбачалося спочатку, і було б ще меншим без систематичного бомбардування енергетичної інфраструктури росією. Бомбардуванням росіяни знищили від 1,9 до 3,6 % виробництва в Україні [2].

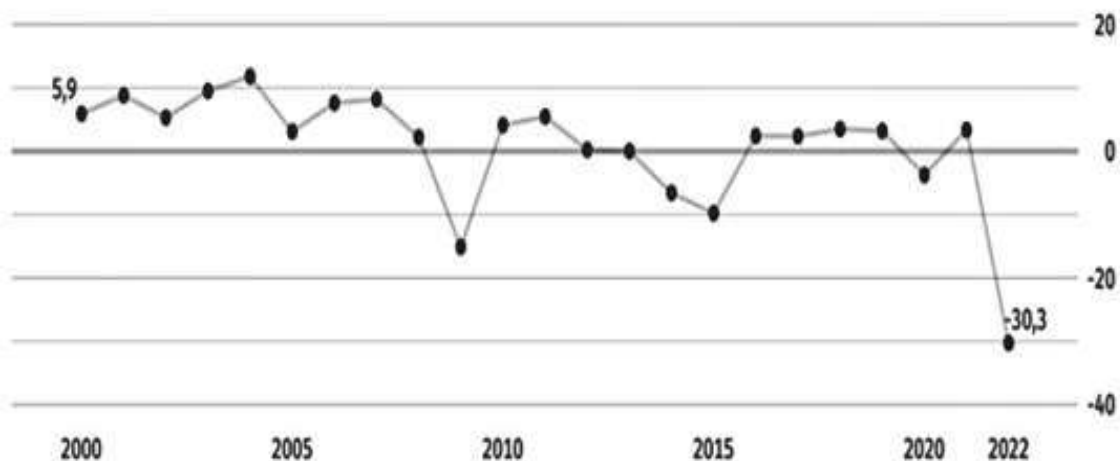


Рис. 1. Зміни ВВП України внаслідок війни

Найбільше компанії в Україні скаржаться на суттєве зниження попиту на товари та послуги, при цьому більшість з них намагаються знаходити нових споживачів та канали розподілу. Підприємці стикаються з відсутністю або суттєвими простроченнями оплати за реалізовану продукцію та надані послуги. Приблизно 40% українських підприємств

потребують додаткового оборотного капіталу, якого їм не вистачає через обмеження банківського кредитування.

Логістичні проблеми стали проблемним фактором для сучасних українських підприємств – стандартні транспортні шляхи не працюють, порти частково заблоковані, пріоритет надається гуманітарним та військовим постачанням, в деяких випадках спостерігається нестача пального. Негативним фактором впливу на українську економіку стали російські ракетні удари, які знищили п'яту частину складських приміщень [3]. Військові дії вплинули на наявність робочої сили, необхідних фахівців. Питання, корупції та податків також залишаються актуальними. Необхідно підкреслити, що найбільш стійкими до впливу воєн виявились підприємства сфери ІТ, а найменш стійкими – промислові підприємства та торговельні компанії, що торгували з РФ.

В умовах воєнного стану змінилися потреби бізнесу, залежно від його локалізації. У зонах активних бойових дій пріоритетом є безпека, на інших територіях підприємства стикаються з проблемами порушення логістики, браку кадрів, ресурсного дефіциту. (табл. 1). Особливо вражені високотехнологічні галузі та підприємства з високою часткою маломобільних основних засобів, ризик пошкодження яких високий.

Таблиця 1

Потреби бізнесу в Україні за категоріями підприємств в умовах воєнного стану

Категорії підприємств		
Усі підприємства	Переміщені підприємства	Підприємства у регіонах, які суттєво постраждали від військових дій
Доступ до фінансування	Пошук виробничих майданчиків	Розмінування територій
Доступ до робочої сили	Транспортування обладнання	Фінансування відновлення діяльності
Пошук нових підрядників	Релокація персоналу	Розбудова і відновлення критичної інфраструктури
Подолання бюрократичних перепон	Фінансування відновленої діяльності	Доступ до робочої сили

Необхідність збереження країни суттєво вплинула на розподіл пріоритетів суспільства у споживанні та виробництві: зменшився попит на розваги, культурний відпочинок, подорожі, скоротилися видатки у соціальній сфері для підтримки вразливих верств населення тощо. Все це спричиняє зміну економічного ландшафту, одні підприємства занепали, інші, які є дотичними до потреб воєнного та поствоєнного часу, отримали нові імпульси для зростання.

З початком війни уряд запровадив низку законодавчих змін та державних програм, щоб полегшити ведення бізнесу та підтримати українські підприємства у цей безпрецедентно складний час. Такі ініціативи включають, наприклад, фінансову підтримку, спрощення податкового та митного режимів і скасування деяких нормативних актів, ліцензування, мораторій на державні перевірки. Державні органи надають інформаційну та консультаційну підтримку бізнесу, інформуючи його про зміни у законодавстві. Також уряд запусив Державну програму підтримки релокації бізнесу у дев'яти західних областях: Вінницькій, Закарпатській, ІваноФранківській, Львівській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернівецькій, південній частині Волинської та Рівненської областей. Понад 500 підприємств уже завершили релокацію [4]. Обласні державні адміністрації та міські ради також розробляють ініціативи, які доповнюють державні програми. Місцеві ініціативи в основному зосереджені на відродженні та підтримці ділової активності, включно з підтримкою релокації бізнесу, працевлаштування та розширенні інвестиційних можливостей. Деякі області навіть передбачають додаткові стимули у вигляді фінансової підтримки, що вимагають обов'язкової перереєстрації підприємства на території області та/ або створення робочих місць.

Майбутня економічна структура регіонів України буде відображати діяльність тих підприємств, які змогли пристосуватися до нинішніх умов і зробили ставку на інновації, користуючись різноманітними механізмами державної підтримки. Існують особливі можливості в секторах будівництва та інфраструктури, а також в енергетичному секторі, особливо у випадку відновлюваних джерел енергії. Інтерес викликають також сфера охорони здоров'я, харчова промисловість та сфера послуг.

Потреба в будівельних послугах всередині країни в післявоєнний період буде стрімко зростати, проекти ремонту пошкодженої інфраструктури та будівництво нових об'єктів — частина програми післявоєнного відновлення. Покращення безпекової ситуації сприятиме поживаленню в таких галузях, як туризм, рекреація, сфера розваг та відпочинку. Слід очікувати, що у поствоєнний період у тих областях, які зазнали найбільших руйнувань, будуть найвищі темпи будівництва, що створюватиме попит на послуги не тільки будівельних підприємств, але й низки секторів економіки, що виготовляють матеріали, комплектуючі для об'єктів будівництва, надають транспортні послуги. Логістичні проекти, деревообробка, меблеве виробництво також матимуть високу інвестиційну привабливість.

Враховуючи сприятливі кліматичні умови та структуру земельного фонду країни, перспективним залишатиметься виробництво аграрної продукції. Металургійні підприємства також відіграватимуть суттєву роль у поствоєнній економіці, якщо відбудеться їх модернізація у напрямі створення низьковуглецевих технологічних процесів.

Якщо розглядати розвиток підприємництва на рівні економіки в цілому, то у повоєнний період почнуть розвиватися, у першу чергу, ті підприємства, які мають ресурсну базу на території України і не зможуть її змінити без якісних втрат для своїх технологічних процесів. Вже зараз, під час війни, відбуваються низка структурних змін: більш інтенсивний розвиток оборонно-промислового комплексу країни, що пов'язано з потребами війни; структурна трансформація експортної логістики, формування мережі нових логістично-вантажних суходільних хабів для забезпечення експорту з України продовольчих ресурсів; релокація виробництв з регіонів, де відбуваються активні бойові дії, у центральні та західні регіони країни, що сприяє більш рівномірному розміщенню виробничих комплексів по всій території країни.

Бібліографічні посилання

1. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] https://ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html.
2. Wirtschaft der Ukraine wächst 2023 trotz Krieg wieder [Електронний ресурс] <https://www.diepresse.com/6280355/wirtschaft-der-ukraine-waechst-2023-trotz-krieg-wieder>.
3. Перспективні галузі економіки, прогнози розвитку після війни [Електронний ресурс] <https://blog.youcontrol.market/pierspiektivni-ghaluzi-iekonomiki-proghnozi-rozvitku-pislia-viini>
4. Експрес-оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Аналітичний звіт. Київ: Програма розвитку ООН в Україні, 2022, 77 с.

Ус Світлана Альбертівна

професор кафедри СА і У, к. ф.-м. н., доцент

Юдіна Анастасія Олегівна

студентка групи 124-19-2

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ КІЛЬКОСТІ ВЕТЕРИНАРНИХ КЛІНІК В УКРАЇНІ ЗА 2014-2020 РОКИ

Сфера послуг активно розвивається протягом останніх років, це стосується зокрема і надання ветеринарних послуг, розвиток яких у містах ми можемо спостерігати. Останнім

часом спостерігаємо збільшення підприємницьких структур, які здійснюють такі послуги. Актуальним завданням таких структур є сприяння комфортному життю тварин поруч із людьми та турбота про їх здоров'я, а, отже, забезпечення доступу до ветеринарної медицини абсолютно всіх тварин. Тому метою даної роботи є дослідження динаміки розвитку ринку ветеринарних послуг в Україні.

Вихідними даними взято дані про чисельність ветеринарних клінік України у 2014 – 2020 роках [1] та дані про чисельність населення України за 2014-2020 роки [2].

Ринок послуг – це економічні відносини між споживачами та виробниками. Сучасні стан і розвиток ринку послуг в Україні характеризують такі особливості [4]:

1) динамічний розвиток за наявності великих резервів щодо розширення його видової структури, нарощування обсягів реалізації послуг;

2) ефективне функціонування в його структурі малих підприємств;

3) досягнення підприємствами колективної форми власності найкращих показників діяльності за обсягами, видовою структурою;

4) залежність розвитку малого підприємництва на ринку послуг від загальної уваги, фінансової підтримки держави.

Ринок ветеринарних послуг формується на принципі самоорганізації та саморегулювання. Тому до аспектів формування ринку ветеринарних послуг віднесено [4]:

- необмежену кількість учасників;
- вільний вхід і вихід на ринок;
- абсолютну мобільність трудових та матеріальних ресурсів;
- інформатизацію учасників ринку про кон'юнктуру ринку та інші економічні показники;

- абсолютну однорідність однойменних продуктів;

- повну антимонопольність.

Важливим аспектом для розвитку ветеринарних послуг є розуміння функціонування ринкового механізму ветеринарних послуг (табл. 1). Закони повинні гарантувати справедливий розподіл навантаження між структурами, які забезпечують задоволення потреб суспільства, сприяти досягненню балансу інтересів людей в середині даної системи та поза її межами.

Таблиця 1

Основні функції ринкового механізму ветеринарних послуг

Функції ринкового механізму ветеринарних послуг	
Зв'язок споживача із виробником	Встановлення основних ринкових пропорцій
Оцінка користі продукції	Можливість самостійного прийняття господарських рішень
Підвищення ефективності виробництва	Досягнення цілей суб'єктів господарювання

Дослідимо динаміку кількості ветеринарних клінік у період з 2014 по 2020 р. Користуючись даними про кількість ветеринарних клінік по областях та про чисельність населення по областях в ці ж роки, проведемо нормалізацію даних за населенням. Результати показано на рис. 1. На графіку видно, що найбільш стрімкий розвиток притаманний Київській області. В період з 2014 по 2020 роки кількість клінік на людину зросла з 0,063 до 0,095. На другому місці за розвитком знаходиться місто Київ (з 0,046 по 0,076 відповідно з 2014 по 2020 роки). До п'ятірки областей, що мають найбільш стрімкий розвиток увійшли також Харківська, Одеська та Чернівецька області (кількість клінік на людину збільшилась на 0,023; 0,021 та 0,021 відповідно). Чисельність ветеринарних клінік у Вінницькій області почала стрімко зменшуватись з 2015 року. Будучи однією з найбільш розвинених областей у 2014 році, вже у 2020 знаходиться в середині рейтингу, маючи при цьому найбільший показник зменшення клінік на людину – мінус 0,017.



Рис. 1. Нормалізована за населенням динаміка чисельності ветеринарних клінік в Україні

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок ветеринарних послуг динамічно розвивається в останні роки в більшості регіонів України.

Бібліографічні посилання

1. Дані по чисельності ветеринарних клінік України - Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Дані по чисельності населення України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html
3. Кручиненко О. В. Теоретичні аспекти формування ринку ветеринарних послуг у тваринництві. Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. 2017. № 4. С. 98-102.

Матюха Микола Миколайович

доцент кафедри фінансів та бізнес-консалтингу, к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Інформаційна епоха розвитку бізнесу спонукає до розширення інвестування у інтелектуальні інформаційні активи та управління ними. Функціональна спеціалізація має інтегруватися з оптимальним інформаційним забезпеченням бізнес-процесів, орієнтованими на потреби споживача. Виробництво стандартних товарів та послуг має бути забезпечене гнучкою, стрімкою та високоякісною інформаційною пропозицією для вчасної диверсифікації кожного індивідуального цільового сегменту ринку. Інновації та вдосконалення виробництва товарів, послуг та процесів здійснюються працівниками, які забезпечені інформацією за допомогою новітніх інформаційних технологій та структурованих бізнес-процедур.

Регулярні фінансові звіти та фінансові показники мають як завжди відігравати значну

роль, забезпечуючи керівництво компанії, своєчасною інформацією про стан ведення бізнесу параметри якості, терміни виконання замовлень, продуктивність та розвиток нових продуктів, що є засобом досягнення поставленої мети. Такий стан інформаційного забезпечення приносять компанії вигоду лише тоді, коли переносяться у площину збільшення обсягів продажу, скорочення операційних витрат чи ефективнішого використання активів у стратегічному відношенні. Інформаційне забезпечення має бути націлене на виконання як поточних так і довгострокових планів, не є достатнім інвестувати кошти у просунуті виробничі технології, якість, а також наукові дослідження та розвиток, нині є необхідним розвиток прогресивного інформаційного забезпечення всіх рівнів бізнес-структур. Управління бізнесом має вчасно розпізнавати адекватність оцінки інвестиційної стратегії за допомогою фінансових кроків на підстав своєчасних сигналів до необхідності зміни поточних показників. Для того, щоб повністю задовольняти інформаційні вимоги інвесторів, бізнес-програма повинен:

- містити більше інформації про плани, можливості, ризики, невизначеність;
- робити більший акцент на фактори, які забезпечують створення прибутку протягом тривалого періоду, зокрема на нефінансові показники ключових бізнес-процесів;
- пов'язувати внутрішню та зовнішню інформацію, що надається вищому менеджменту для управління бізнесом

Складання такої програми має наступні інформаційні завдання:

- цільове забезпечення інформаційної стратегії;
- визначення цільової структурної ланки управління її функцій та її інформаційні потреби;
- встановлення засобів інформації відповідно до потреб кожної ланки управління
- тимчасові та постійні рамки (параметри) для кожного етапу інформаційної стратегії;
- визначення індикаторів досягнення інформаційних цілей забезпечення управління

З метою збереження комерційної таємниці система інформаційного забезпечення повинна визначити у кожному окремому випадку ступінь інформованості співробітників про конкретні положення стратегії, та можливість оцінити можливі втрати та доходність у конкурентній ситуації. Одним із підходів може бути інформування персоналу про загальні показники (частка ринку, задоволеність споживача, збереження та розширення клієнтської бази) та загальні фактори досягнення цих показників (якість, терміни виконання, витрати). Інформацію ж про цільових клієнтів та конкурентів слід залишити конфіденційною. Замість реальних цифр можна використовувати індекси.

Інформація для втілення стратегії бізнес-одиниці доводиться до відома співробітників вищого рівня корпорації та ради директорів. Традиційно вважається, що один із основних обов'язків ради директорів полягає в тому, щоб здійснювати контроль за виконанням стратегії. Насправді, проте, вони приділяють більше уваги аналізу квартальних фінансових результатів, ніж перспективним планам. Природно, що якщо топ-менеджери інформують зовнішня рада директорів лише про проміжні фінансові результати, їх наради сфокусовані на обговоренні короткострокових результатів господарської діяльності, а не стратегічної діяльності компанії.

Подібні відомості неохоче надаються тим, хто не входить до кола осіб, що регламентується внутрішніми правилами компанії. По-перше, топ-менеджери справедливо стурбовані тим, що така інформація більша на користь конкурентам, ніж акціонерам. Особливо якщо показники досягнення стратегії чітко формулює корпоративну стратегію та стратегію бізнес-підрозділів, то її оприлюднення дасть можливість конкурентам успішно саботувати їхню реалізацію. По-друге, добровільно розкриваючи зміст стратегії бізнес-процесів, керівництво компанії ризикує потрапити у ситуацію розгляду дрібних відхилень від запланованих показників чи невчасного виконання поставлених завдань.

Інформування про цілі та показники стратегічного планування – це перший крок до створення зацікавленості кожного працівника у виконанні стратегії компанії, саме обізнаність має стати основою певних способів, за допомогою яких стратегічні цілі та показники, вироблені топ-менеджерами, трансформуються у конкретні дії кожного співробітника,

спрямовані для досягнення цих цілей. Таким чином, заходи щодо вдосконалення конкретного процесу пов'язуються із загальними організаційними факторами успіху.

Отже, необхідно означити, що ефективний стратегічний інформаційний процес має складатися із трьох основних компонентів:

- загальна стратегічна концепція, яка відома всім співробітникам, що дозволяє кожному побачити свій персональний внесок у реалізацію стратегії;
- зворотній зв'язок, що забезпечує збирання інформації про хід реалізації стратегії та перевірку гіпотези про взаємозв'язок стратегічних цілей та ініціатив;
- колективне вирішення проблем на основі аналізу отриманих даних, яке дозволяє адаптувати стратегію до новостворених обставин.

Бібліографічні посилання

1. Гончаренко І. М. Інформаційне забезпечення процесу реалізації стратегій промислового підприємства / І. М. Гончаренко // *Modern transformation of economics and management in the era of globalization : proceedings of the conference, January 29, 2016.* — Klaipeda : Baltija Publishing, 2016. — С. 143-146.

2. Григоревська О. О. Інформаційне забезпечення управління ризиками освітньої діяльності: організаційні засади / О. О. Григоревська, С. В. Савич // *Тези Всеукраїнської науково-практичної on-line конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, присвяченої Дню науки, м. Житомир, 11-15 травня 2020 року.* – Житомир : Державний університет "Житомирська політехніка", 2020. – С. 255-256.

3. Дудко П. М. Інформаційне забезпечення фінансового менеджменту як вагома складова оцінки фінансового потенціалу холдингових компаній / П. М. Дудко, І. В. Ржавічев // *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні : зб. ст. за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. (30 березня 2017 р., м. Київ).* - К. : КНУТД, 2017. - С. 239-246.

4. Сімаченко М. Роль особистості в розвитку інформаційного суспільства / М. Сімаченко ; наук. кер. А. В. Саун // *Освіта України в роки незалежності та її подальший розвиток в умовах інформаційного суспільства : зб. наук. пр. за підсумками дискусій на міжкафедральному науковому семінарі, м. Київ, 23 квітня 2021 року / ред.: А. В. Саун, Т. І. Кадлубович, Ф. М. Проданюк, Д. С. Черняк.* – Київ : КНУТД, 2021. – С. 31-33.

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Гарбуз Є.О. магістрант,
Сумський національний аграрний університет*

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Розробка стратегії розвитку торговельного підприємства - це процес визначення довгострокових цілей, завдань та дій, необхідних для досягнення успіху та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Цей процес передбачає вивчення ринку, на якому працює підприємство, аналіз конкурентів, визначення потреб та очікувань споживачів, визначення сильних та слабких сторін підприємства, розробку конкретних стратегічних напрямів, формування бізнес-моделі та оцінку ризиків та можливостей. Під час розробки стратегії розвитку торговельного підприємства необхідно враховувати такі фактори, як зміни в економічному середовищі, технологічні новації, зміна потреб та поведінки споживачів, зміна законодавства, економічні та фінансові фактори, політичні ризики та інші.

Розробка стратегії розвитку торговельного підприємства передбачає не тільки визначення довгострокових цілей та завдань, а й планування конкретних дій та ресурсів, необхідних для їх реалізації. Важливим етапом є визначення стратегічних показників

ефективності, які дозволяють відстежувати досягнення цілей та оцінювати результати діяльності підприємства. Крім того, розробка стратегії розвитку підприємства передбачає формування команди, яка буде займатися її реалізацією, та забезпечення взаємодії між різними підрозділами підприємства.

Таблиця 1

Етапи розробки стратегії розвитку підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу

Етап	Назва	Зміст
1	Аналіз поточного стану діяльності	Підприємець повинен зрозуміти, які продукти або послуги найбільш популярні у його клієнтів, які канали продажів найбільш ефективні та які витрати на буде мати підприємство розробляючи стратегію свого подальшого розвитку
2	Формування стратегії розвитку	На основі отриманих даних підприємець може сформулювати стратегію розвитку, яка включає в себе цілі, завдання та вимоги щодо діяльності підприємства
3	Розробка бізнес-плану	Бізнес-план має містити детальний опис стратегії розвитку, фінансовий план, маркетингову стратегію та опис продуктів або послуг, які буде виготовляти або надавати підприємство
4	Пошук фінансування	Для реалізації стратегії розвитку може знадобитися додаткове фінансування. Підприємець може звернутися до банків, інвесторів або програм державної підтримки для забезпечення необхідних ресурсів щодо свого фінансування
5	Реалізація стратегії	Підприємець має регулярно відстежувати реалізацію стратегії, аналізувати результати та вносити необхідні корективи
6	Розвиток бренду та маркетинг	Підприємець може використовувати різні маркетингові інструменти для просування свого бренду та залучення нових клієнтів

*Джерело: сформовано автором

Стратегічні показники ефективності - це ключові показники, які дозволяють відстежувати досягнення стратегічних цілей підприємства та оцінювати результати його діяльності на довгостроковій перспективі. Ці показники повинні бути зорієнтовані на досягнення результатів, які забезпечують успіх підприємства на ринку. Стратегічні показники ефективності можуть бути різними для кожного підприємства, оскільки вони повинні відображати конкретні цілі та завдання підприємства. Деякі з найпоширеніших стратегічних показників ефективності включають:

- обсяг продаж: цей показник відображає загальний обсяг продажів підприємства та дозволяє визначити, наскільки успішно підприємство працює на ринку;
- частка ринку: цей показник відображає частку ринку, яку займає підприємство, і дозволяє визначити його конкурентоспроможність;
- чистий прибуток: цей показник відображає чистий прибуток підприємства та дозволяє визначити його рентабельність;
- кількість нових клієнтів: цей показник відображає кількість нових клієнтів, які підприємство залучило на ринку, і дозволяє визначити ефективність маркетингових стратегій;
- рівень задоволеності клієнтів: цей показник відображає рівень задоволеності клієнтів підприємством та дозволяє визначити ефективність стратегій обслуговування та розвитку клієнтської бази.

Бібліографічні посилання

1. Підтримка малого і середнього підприємництва. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichnezrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednogo-pidpriyemnictva> (дата звернення 25.09.2022)
2. Чуприна Л.В., Юзовицька С.А. Світовий досвід розвитку малого підприємництва та його використання в Україні. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/41.pdf. (дата звернення 23.09.2022)
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>. (дата звернення 15.09.2022)
4. Жирко С.О. Проблеми розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/ebook/db/200712/doc/2/25.pdf> (дата звернення 26.09.2022)
5. Ольвінська Ю.О. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream> (дата звернення 13.09.2022)

Пономарьов Роман Андрійович

студент групи 076-19-1

Чорнобаєв Владислав Володимирович

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ

В Україні, як і в багатьох інших країнах, підприємництво відіграє важливу роль в економіці та розвитку суспільства. Однак, для успішного розвитку підприємницької структури необхідно не лише створення сприятливих умов для бізнесу, але й підвищення ефективності діяльності вже існуючих підприємств. Підвищення ефективності підприємницької діяльності дозволить підвищити конкурентоспроможність бізнесу, створити нові робочі місця та збільшити внесок підприємців в економіку країни. У даному контексті важливо розглянути можливі шляхи покращення ефективності діяльності підприємницької структури.

Щоб досягти підвищення ефективності підприємницької діяльності, необхідно враховувати різноманітні аспекти, такі як підвищення якості управління підприємствами, розробка та впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації працівників, зниження адміністративних бар'єрів та бюрократичних процедур, поліпшення інфраструктури та інвестиційне сприяння розвитку бізнесу. Крім того, важливо забезпечити належний рівень правової захисту бізнесу та забезпечити чесну конкуренцію на ринку. Всі ці заходи можуть сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємницької структури та забезпечити її сталий та стійкий розвиток.

Суть проблеми підвищення ефективності діяльності підприємницької структури полягає в тому, щоб на кожну одиницю ресурсів (витрат) досягати максимально можливого збільшення обсягу виробництва (доходу, прибутку).

Але треба зрозуміти, що ж саме мається на увазі під поняттям «ефективність» в контексті підприємницької діяльності.

Термін «ефективність» (від лат. *efficientia*) є похідним від терміна «ефект», що в перекладі означає виконання, результат певної причини або дії. Але сам по собі ефект не дає відповіді на запитання: якою ціною одержаний цей результат. Тому категорію ефективності можна вимірювати як співвідношення між результатом і витратами (ресурсами), що його зумовили [1].

Категорія «ефективність» на рівні підприємницької структури характеризує зв'язок між величиною отриманого результату його діяльності й кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів. Тому на основі визначення поняття «ефективність» охарактеризуємо її наступною формулою [1]:

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Ефект (Результат)}}{\text{Ефект (Ресурси)}} \quad (1)$$

Чим ближче цей показник буде до одиниці, то тим результативніше працює виробництво і внаслідок цього підвищується ефективність діяльності підприємницької структури.

Таким чином, для виміру ефективності необхідно мати кількісно виражені ефект (результат) і ресурси (витрати). Чим більший ефект на одиницю ресурсів (витрат), тим вища ефективність відповідного процесу, дії, і навпаки [2].

Значення цього показника для підприємницької структури надзвичайно велике. Зростаючі виробничі потреби орієнтують на постійне збільшення результату, обмежені ресурси вимагають раціоналізації їх використання. Тому завдання, яке стоїть перед виробничою діяльністю підприємницької структури, може бути сформульовано двояко: або максимізація результату, використовуючи наявні ресурси; чи досягнення заданого результату, мінімізуючи витрати ресурсів.

Слід відзначити, що досягнення певного рівня успішності функціонування підприємницької структури нерозривно пов'язане з набуттям нею ознак конкурентоспроможності. Конкурентне ринкове середовище вимагає від сучасної підприємницької структури постійного вдосконалення задля того, щоб бути постійно конкурентоспроможним.

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що ефективність підприємницької структури це отримання максимальної вигоди при мінімальних витратах, з урахуванням додаткових умов, які постійно змінюються. Таким чином підвищення цієї ефективності являє собою не одиничну дію, а саме комплекс заходів, впровадження якого призведе до позитивного або до негативного результату.

Підвищення ефективності діяльності підприємницької структури полягає в забезпеченні максимально можливого результату на кожен одиницю затрачених трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Основні напрями полягають в забезпеченні підприємств новітніми технологіями, вдосконаленні управління, організації виробництва і праці, ефективності використання ресурсів тощо. Лише правильне використання системи названих чинників може забезпечити високі темпи зростання ефективності виробництва.

Бібліографічні посилання

1. Андрійчук В.Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва // Економіка АПК. 2005. № 5. С. 52–63. URL:
2. Григораш О.В., Булігіна Д.О. фактори підвищення ефективності діяльності підприємств. Приазовський економічний вісник. 2018. № 6 С. 154–158. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/6_11_uk/30.pdf

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Гордієнко С.Л. магістрант
Сумський національний аграрний університет*

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

До сучасних напрямів розвитку торговельного підприємства включають наступні аспекти:

1. *Електронна комерція.* Зростаюча популярність онлайн-шопінгу створює можливості для торговельних підприємств розширювати свої ринки та залучати нових клієнтів. Електронна комерція (e-commerce) - це процес купівлі та продажу товарів та послуг через Інтернет. E-commerce може включати різні види транзакцій, від онлайн-магазинів, де клієнти

можуть здійснювати покупки з використанням кредитних карток або електронних платіжних систем, до електронних ринків, де більшість транзакцій здійснюються між бізнесами.

Електронна комерція має ряд переваг для підприємств: електронна комерція дозволяє підприємствам працювати на глобальному ринку, забезпечуючи доступ до мільйонів клієнтів по всьому світу; зниження витрат на оренду приміщень, оплату заробітної плати, витрати на рекламу та маркетинг; електронна комерція дозволяє клієнтам здійснювати покупки з будь-якого місця, в будь-який час, що забезпечує зручність та комфорт при покупках; процес електронної комерції є швидким та ефективним, що дозволяє підприємствам забезпечувати більш високу якість обслуговування та задоволення клієнтів; електронна комерція дозволяє збирати та аналізувати дані про клієнтів, що дозволяє підприємствам вдосконалювати свою стратегію продажів та збільшувати ефективність рекламних кампаній.

2. *Розвиток мережевих форматів.* Розвиток мережевих форматів - це один зі сучасних напрямків розвитку торговельного бізнесу, який полягає в створенні мережі торговельних точок, що мають один бренд, єднується спільними принципами та керується централізованою системою управління. Мережевий формат дозволяє торговельним підприємствам збільшити масштаби бізнесу та отримати переваги від централізованого управління. Переваги дозволяють: зменшити витрати на постачання товарів та збільшити ефективність складського господарства завдяки спільним закупівлям та централізованому управлінню запасами; збільшити відомість бренду та залучати більше клієнтів завдяки масштабним рекламним кампаніям та спільним промо-акціям; мати спільну інфраструктуру, що дозволяє знизити витрати на оренду приміщень; забезпечити високу якість обслуговування клієнтів в усіх мережевих точках, що позитивно впливає на репутацію бренду та збільшує лояльність клієнтів.

3. *Розширення асортименту.* Торговельні підприємства повинні розширювати свій асортимент та включати в нього товари, які відповідають потребам та побажанням клієнтів. Наприклад, включення товарів з екологічного виробництва, товарів для здорового способу життя та інших товарів, які стають популярними серед споживачів.

Розширення асортименту є одним із способів розвитку торговельного підприємства. Цей процес полягає в постійному додаванні нових товарів та послуг до асортименту, що пропонується клієнтам. Розширення асортименту може включати додавання товарів, які вже присутні в асортименті, але можуть бути відмінними за розмірами, кольорами, матеріалами тощо. Також це може означати додавання нових товарів або послуг, що допоможе залучити нових клієнтів і збільшити обсяг продажів.

Розширення асортименту може бути важливим для торговельного підприємства, оскільки дозволяє задовольняти потреби різних категорій клієнтів та забезпечувати їх вибір. Крім того, розширення асортименту може допомогти відчувати конкурентну перевагу в порівнянні з іншими торговими підприємствами та збільшити лояльність клієнтів. Важливо враховувати, що розширення асортименту повинно бути збалансованим та відповідати потребам та інтересам цільової аудиторії.

4. *Використання технологій.* Використання сучасних технологій дозволяє торговельним підприємствам збільшувати ефективність своєї діяльності та забезпечувати зручний сервіс для клієнтів. Наприклад, використання POS-терміналів, сканерів штрих-кодів, онлайн-кас та інших технологій дозволяє прискорити процес обслуговування клієнтів та зменшити ризик помилок.

Використання технологій є одним з важливих напрямів розвитку торговельного підприємства. Сучасні технології можуть допомогти збільшити ефективність бізнес-процесів, зменшити витрати та поліпшити якість обслуговування клієнтів.

Одним з прикладів використання технологій є впровадження електронної комерції, що дозволяє продавати товари та послуги через Інтернет. Також можна використовувати технології для автоматизації бізнес-процесів, наприклад, для обліку товарів, контролю за залишками, управління замовленнями, обробки даних про клієнтів та інше.

Застосування технологій також може допомогти підприємству поліпшити комунікацію з клієнтами, наприклад, через використання соціальних мереж та електронних листів. Крім того, можна використовувати технології для аналізу даних про клієнтів та ринок, що дозволяє підприємству краще розуміти своїх клієнтів та змінювати свою стратегію відповідно до змін на ринку.

Використання технологій може забезпечити торговельному підприємству конкурентну перевагу та допомогти зберегти час та ресурси. Важливо враховувати, що впровадження технологій повинно бути адаптоване до потреб та особливостей конкретного торговельного підприємства та не повинно приводити до втрати персонального контакту з клієнтами.

Бібліографічні посилання

1. Алексєєв, С. Б. Визначення ринкового потенціалу торговельного підприємства. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2014. № 4. С. 36-39.
2. Апопій В. В. Роздрібна торгівля: концентрація, спеціалізація та типізація : монографія. Львів : Новий світ, 2018. 233 с.
3. Бозуленко О.Я. Формування асортименту товарів як стратегічний елемент комерційної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 294–297.

Терещенко С.І. д.е.н., професор

Гордієнко С.Л. магістрант

Сумський національний аграрний університет

ЗАХОДИ, ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підприємницька діяльність це процес створення, управління та розвитку бізнесу з метою отримання прибутку. Це може включати створення нового бізнесу або розвиток існуючого, а також прийняття різних рішень і стратегій щодо фінансів, маркетингу, реклами, управління персоналом, поставок, інновацій та інших аспектів, що впливають на діяльність компанії. Підприємницька діяльність може бути здійснювана як самостійною особою (фізичною або юридичною) або групою людей, які спільно працюють над розвитком бізнесу.

Ефективність підприємницької діяльності визначається рівнем досягнення поставлених цілей та задач з мінімальними затратами ресурсів. Для вимірювання ефективності підприємницької діяльності використовуються різні показники, такі як рентабельність, продуктивність, віддача від активів, оборотність капіталу, відношення валового доходу до витрат та інші (табл.1)

Таблиця 1

Заходи, щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності торговельних підприємств

Захід	Необхідність застосування	Наслідки
Аналіз і планування діяльності	торговельне підприємство повинно регулярно аналізувати свою діяльність та ринок, на якому воно працює, з метою визначення своєї конкурентної позиції та виявлення можливостей для підвищення ефективності	планування діяльності допоможе торговельному підприємству раціонально розподілити свої ресурси та встановити мету і завдання на певний період
Ефективне управління запасами	збереження оптимальних запасів дозволяє уникнути зайвих витрат на зберігання товарів та зменшити втрати від їх зіпсування	в той же час, нестача товару може привести до втрати клієнтів та негативно впливати на репутацію підприємства

Ефективне управління фінансами	підприємство повинно стежити за своїми фінансовими показниками, контролювати витрати та максимально оптимізувати свої фінансові процеси.	підвищить діяльності підприємства	ефективність торгівельного підприємства
Розвитку інноваційних технологій	впровадження нових технологій може забезпечити підприємству конкурентну перевагу та	підвищить діяльності підприємства	ефективність торгівельного підприємства
Підвищення кваліфікації персоналу	персонал підприємства є одним з ключових факторів його успіху, тому важливо забезпечити його професійний розвиток та навчання	підвищить діяльності підприємства	ефективність торгівельного підприємства
Розробка маркетингової стратегії	допомагає визначити споживачів, їхні потреби та попит на товари і послуги, встановити конкурентні переваги, вибрати маркетингові канали і способи продажу, а також визначити ціну на продукцію	підвищить діяльності підприємства	ефективність торгівельного підприємства

*Джерело: сформовано автором

Підприємства можуть покращувати ефективність своєї діяльності за допомогою впровадження різних стратегій, таких як зниження витрат, збільшення продажів, збільшення ринкової частки та інші. Також можна вдосконалювати виробничі процеси, покращувати якість продукції та послуг, розширювати асортимент продукції та розвивати нові ринки збуту. Крім того, важливо використовувати інформаційні технології та інші новітні рішення, щоб покращити ефективність управління та оптимізувати витрати.

Застосування заходів підвищення ефективності підприємницької діяльності може мати різноманітні наслідки, як позитивні, так і негативні.

Позитивні наслідки можуть включати збільшення обсягів продажу, зменшення витрат на виробництво, підвищення якості товарів та послуг, збільшення задоволеності клієнтів, залучення нових клієнтів, збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності та позицій на ринку.

Однак, заходи підвищення ефективності підприємницької діяльності можуть мати й негативні наслідки, як-от зменшення кількості працівників та зниження їх заробітної плати, невдале впровадження нових технологій, збільшення ризику відповідальності перед клієнтами та партнерами, зменшення кількості запасів товарів та матеріалів, недостатня реакція на зміни на ринку та кон'юнктуру економіки.

Отже, підвищення ефективності підприємницької діяльності повинно бути ретельно обґрунтованим та спрямованим на досягнення максимально можливих позитивних наслідків, з урахуванням можливих негативних наслідків та виконанням всіх необхідних заходів для їх уникнення.

Бібліографічні посилання

1. Отенко В.І. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства. Бізнес Інформ. 2013. № 5. С. 231–237.
2. Стрілець Є.М. Ефективність як економічна категорія Запоріжжя : КПУ, 2013 С. 9.
3. Косянчук Т. Ф. Результативність діяльності підприємства та її діагностика. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. №3. С. 121-124. .
4. Економіка підприємства : підручник. За заг. ред. С.Ф. Покропивного. [вид. 2-ге, перероб. та доп.]. К. : КНЕУ, 2011. 528 с.

Воронько-Невіднича Тетяна Вікторівна
завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної
кандидат економічних наук, доцент
Носенко Владислав Олександрович
здобувач вищої освіти за ОПП Бізнес-адміністрування
Полтавський державний аграрний університет

ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

На сьогодні сталий розвиток господарюючих суб'єктів агропродовольчої сфери відіграє важливу роль у їх діяльності та формуванні системи управління. За сучасних умов саме розвиток, гнучкість та адаптивність забезпечують фінансову стійкість, зменшують загрози, збільшують конкурентоспроможність, сприяють результативності господарювання підприємств в цілому. Сталий розвиток є актуальним і потребує належної уваги з боку керівництва вітчизняних підприємств.

У Національній парадигмі сталого розвитку України зазначено: «...сталий розвиток передбачає залученість кожного громадянина. Будь-яка ідея перемагає тоді, коли її підтримує населення. Якщо ми хочемо жити довго і щасливо, ми маємо жити за правилами сталого розвитку» [4, с. 12].

Дослідниця [5] зауважує, що сталий розвиток агропродовольчої сфери є одним із ключових пріоритетів соціально-економічного розвитку України. Агропродовольча сфера гарантує продовольчу безпеку держави, постачає сировину іншим секторам економіки, забезпечує розвиток сільської місцевості та зайнятості, нарощує експортний потенціал країни тощо. До того ж сталість функціонування агропродовольчої сфери позитивно впливає на інші сектори економіки та соціально-економічний стан держави загалом.

Експерти дотримуються думки, що кожне підприємство повинно адаптуватися до цих змін, удосконалюючи свої виробничі програми, логістичну інфраструктуру комерційну, збутову політику, формуючи відповідні стратегії на перспективу тощо [3].

Нагальна потреба стратегічного управління сталим розвитком підприємств агропродовольчої сфери зумовлена темпами змін динамічного бізнес-середовища, швидкість змін яких, зазвичай, перевищує швидкість реакції суб'єктів господарювання, що збільшує кількість непередбачуваних труднощів й підтверджує перспективність даних досліджень.

Зрозуміло, що перехід до сталого розвитку потребує оптимальних управлінських рішень і дій випереджувального характеру. Вирішення проблеми ефективного використання та збереження природно-ресурсного потенціалу агропродовольчої сфери на благо нинішніх і майбутніх поколінь вимагає фундаментальних змін у світогляді, цінностях, пріоритетах і етичних нормах життя.

Процес управління сталим розвитком підприємства являє собою цілісну систему й включає у себе низку напрямів та функцій. Основою сталого розвитку господарства є поєднання таких трьох складових: економічної, соціальної й екологічної.

Зокрема, Т. О. Степаненко [6] акцентує увагу на тому, що перехід до сталого розвитку потребує глибокого аналізу проблем та моделювання шляхів їх вирішення, які базуються на розвитку потенціалу підприємства з одночасним забезпеченням якості суміжних сфер: соціальної та екологічної.

У звіті Комісії ООН з бізнесу та сталого розвитку визначено п'ять бізнес-моделей, які можуть допомогти підприємствам зорієнтуватися щодо сталого підприємництва:

- спільна економіка – спосіб споживачів ділитися товарами чи послугами, коли вони в цьому потребують.

- кругова економіка або циркулярна економіка – як відповідальне споживання ресурсів та безвідходне виробництво без утилізації залишків, але участь у виробництві інших

товарів. Найбільш поширений у легкій промисловості, деревообробній, харчовій промисловості, сільському господарстві тощо.

– збереження методів управління виробництвом може найбільшою мірою оптимізувати бізнес-процеси.

– великі дані, машинне навчання – метод, що дозволяє скористатися можливостями, що надаються технологічним розвитком.

– соціальне підприємництво для розв’язку соціальних проблем і отримання прибутку. Сьогодні розробляються методи для розробки власної стійкої бізнес-моделі. Однак події враховують три основні аспекти: екологічну стійкість, економічні аспекти та моральні аспекти [1, с. 95].

Стратегічне управління сталим розвитком відіграє важливу роль у корпоративному управлінні.

Для сталого розвитку підприємству агропродовольчої сфери необхідно сформувати та розвинути механізм сталого розвитку, в якому менеджмент організації та всі зацікавлені сторони беруть активну участь у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Господарюючі суб’єкти, що дотримуються стандартів цілей стійкого розвитку демонструють кращі результати господарювання, зростання чистого прибутку, оскільки люди не лише звертають увагу на якість продукції, але й на способи виробництва цієї продукції, імідж підприємства, екологічну спрямованість. Зокрема, стейкхолдери звертають увагу на стратегічне управління корпоративним сталим розвитком та корпоративну соціальну відповідальність.

Отже, сьогодні ідея сталого розвитку може відігравати ключову роль у консолідації українського суспільства, у інтеграції у світове товариство, визначенні державних пріоритетів і перспектив соціально-економічних перетворень в Україні, у виборі стратегій розвитку агропродовольчої сфери.

Бібліографічні посилання

1. Ващенко Н. В. Обґрунтування концепції управління розвитком підприємства. *Академічний огляд*. 2014. № 1 (40). С. 94–102. URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2014/1/14.pdf>.

2. Вецко Т. М. Сталий розвиток підприємства: проблеми та перспективи. *Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених*. 2019. Вип. 13. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/29380>.

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

4. Національна парадигма сталого розвитку України ; за заг. Б. Є. Патона. К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.

5. Самофатова В. А. Методологічні аспекти формування сталого розвитку агропродовольчої сфери регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. Вип. 10 Ч. 2. С. 84–87. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_2_2016ua/20.pdf.

6. Степаненко Т. О. Теоретичні та методичні засади сталого розвитку підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31 (40). № 6. С. 136–141. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_6/25.pdf.

7. Шашина М. В., Мосійчук Д. О. Параметричні характеристики сталого розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10049>. DOI: [10.32702/2307-2105-2022.3.2](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.3.2).

8. Цілі сталого розвитку. Дія Бізнес. URL: <https://business.dii.gov.ua/handbook/sustainabledevelopmentgoals/cilistalorozvutku>.

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Литвиненко О.М. магістрантка
Сумський національний аграрний університет*

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки є важливим напрямком для забезпечення сталого розвитку країни. Аграрний сектор забезпечує не тільки продовольчу безпеку, але і є важливим джерелом експортних доходів держави.

Основні напрямки розвитку підприємництва в аграрному секторі економіки можуть включати наступні:

Розвиток малих і середніх підприємств у сільському господарстві. Для цього можуть бути застосовані різноманітні заходи, а саме: підтримка уряду та створення сприятливих умов для підприємництва в аграрному секторі. Це може включати в себе надання пільг та дотацій для малих і середніх підприємств, зменшення податкового тягаря на них, надання доступу до кредитів та інвестиційних ресурсів.

Розвиток інфраструктури, необхідної для аграрного бізнесу. До необхідної інфраструктури можуть відноситися наступні елементи: доступність транспортних комунікацій, а саме; добре розвинена транспортна інфраструктура дозволить швидко та ефективно доставляти продукцію на ринки збуту, а також забезпечить швидкий доступ до сировини та інших ресурсів; розвиток енергетичної інфраструктури, а саме: забезпечення доступу до енергії є ключовим елементом для розвитку аграрного сектору, зокрема для виробництва, зберігання та переробки продукції; Розвиток інфраструктури зберігання та переробки продукції, а саме: добре розвинена інфраструктура зберігання та переробки продукції дозволить забезпечити стабільний та якісний виробничий процес, а також збільшить додану вартість продукції; розвиток інфраструктури зрошення, а саме; забезпечення води для зрошення що є важливим елементом для забезпечення врожаю та збільшення врожайності.

Для підприємств у сільському господарстві також *важливо застосовувати новітні технології та методи управління*, які допоможуть збільшити продуктивність та знизити витрати. Це може бути використання дронів для моніторингу виробництва, автоматизація процесів, впровадження системи точного землеробства та інших інноваційних рішень.

Нарешті, важливо забезпечити *доступ до якісного освітнього та консультативного сервісу для малих і середніх підприємств* у сільському господарстві. Це допоможе їм розвиватися, вдосконалювати свої навички та навчатися новому. На сьогоднішній день існують різноманітні освітні та консультативні програми, які надаються державою, місцевими органами влади, а також приватними компаніями та організаціями. Освітні програми можуть включати навчання в галузі аграрної науки, економіки, менеджменту, маркетингу, права та інших сфер, що пов'язані з підприємницькою діяльністю в сільському господарстві. Такі програми можуть надаватися у формі курсів, семінарів, тренінгів, майстер-класів та інших форм.

Консультативні сервіси можуть бути пов'язані з фінансовим плануванням, бухгалтерським обліком, оподаткуванням, правовими питаннями, розвитком бізнесу та іншими аспектами, що стосуються підприємницької діяльності в аграрному секторі. Такі консультації можуть надаватися як у формі особистих консультацій, так і у формі онлайн-консультування, вебінарів та інших форм. Забезпечення доступу до якісного освітнього та консультативного сервісу може значно покращити ефективність та конкурентоспроможність малих і середніх підприємств у сільському господарстві, а також допомогти їм здійснювати більш якісне та успішне управління своїми бізнесами.

Розвиток кооперації в аграрному секторі. Кооперація дозволяє підприємствам об'єднатися в більш потужні структури та забезпечити більш ефективне використання ресурсів, зменшення витрат на збут продукції та збільшення її якості.

Підтримка розвитку екологічного сільського господарства. Розвиток екологічного сільського господарства дозволяє забезпечити виробництво екологічно чистої продукції, що є важливим фактором для збереження здоров'я населення та збереження навколишнього середовища. Підтримка розвитку екологічного сільського господарства може бути досягнута за допомогою ряду заходів: державні та приватні фонди можуть надавати гранти та іншу фінансову допомогу для фермерів, які хочуть перейти на вирощування органічної продукції; держава може забезпечити сприятливі умови для продажу органічної продукції, такі як зменшення податків на продукцію з екологічного сільського господарства та надання пільг для ввезення органічної продукції на міжнародні ринки; держава може створити спеціальні екологічні зони, які надають фермерам доступ до екологічної інфраструктури, такої як обробна зона для відходів, зона для зберігання насіння тощо; державні та приватні науково-дослідні інститути можуть проводити дослідження в галузі екологічного сільського господарства та розробляти нові технології, що допоможуть підвищити виробництво органічної продукції; держава може проводити курси та навчання для фермерів з питань екологічного сільського господарства, що дозволить їм отримати знання та навички для успішного вирощування органічної продукції.

Отже, розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки є дуже важливим для економічного розвитку країни, оскільки цей сектор є одним з основних джерел забезпечення населення продовольством і сировиною для переробної промисловості. Для розвитку підприємництва в аграрному секторі необхідно враховувати наступні аспекти:

- створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в аграрному секторі, зокрема шляхом зменшення бюрократичних бар'єрів, спрощення процедур отримання дозволів та ліцензій, зменшення податкового тягаря тощо;
- надання підтримки відповідно до потреб підприємств аграрного сектору, зокрема за допомогою розвитку фінансових інструментів, які дозволяють залучати додаткові фінансові ресурси для розвитку підприємств, підтримки дослідницької інфраструктури, науково-технічного потенціалу, інфраструктури, необхідної для зберігання і перевезення сільськогосподарської продукції, технічної підтримки тощо;
- забезпечення доступу до землі та ресурсів для розвитку підприємництва в аграрному секторі, зокрема шляхом забезпечення прав власності на землю, створення умов для використання природних ресурсів, забезпечення доступу до сучасної техніки і обладнання;
- розвиток інноваційних технологій в аграрному секторі, які дозволять підприємствам підвищити ефективність виробництва, зменшити витрати на виробництво продукції.

Бібліографічні посилання

1. Костецький Я. І. Новітня парадигма розвитку аграрного сектору України: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 473с. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/38556> (дата звернення: 09.09.2022).
2. Державна служба статистики України: офіційний вебсайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.09.2022).
3. Міністерство аграрної політики і продовольства України: офіційний веб-сайт. URL: <https://minagro.gov.ua> (дата звернення: 19.09.2022).
4. В Україні за 2021 рік значно зросло сільгоспвиробництво: які області потрапили у топ. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/v-ukrajini-za-2021-rik-znachno-zroslo-silgospvirobnictvo-de-virobilinaybilshe-novini-11678404.html> (дата звернення: 14.09.2022).
5. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. URL: <https://efaidnbmnnnibpcajpcgclcfndmkaj/> https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/06/Damages_report_issue1_ua-1.pdf (дата звернення: 15.09.2022).

Тимошенко Любов Вікторівна

доцент, к.е.н., доцент

Доброштан Юлія Миколаївна

студентка гр. 076-20-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

ОСОБЛИВОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПОСЛУГ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

Діяльність малих підприємницьких структур характеризується мобільністю та швидкістю реагування на зміни ринкових умов. Для потреб ринку малий бізнес передбачає формування не тільки широко розповсюджених, але й унікальних товарів та послуг. Для малого підприємництва ринок послуг є досить привабливим. В сучасних умовах сфера послуг поступово перевищує рівень матеріального виробництва в багатьох країнах світу. Проте у зв'язку з введеним воєнним станом в країні ефективність функціонування підприємницьких структур у сфері послуг має тенденцію до зниження. Ринок послуг України зараз знаходиться у складному становищі, пов'язаному із загальними кризовими явищами в економіці країни, які формують бізнес-середу функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Мале підприємство у сфері послуг поєднує позитивні функції малих форм господарювання та підприємництва, спрямованого на надання різного роду послуг, у тому числі, пов'язаних з наданням послуг з посередництва у працевлаштуванні та здійсненні наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в інших роботодавців або за кордоном.

Працевлаштування – один із способів сприяння досягненню повної, продуктивної і вільно обраної зайнятості за допомогою надання уповноваженими органами допомоги громадянам у пошуку роботи, а роботодавцям – у доборі необхідних працівників із урахуванням інтересів громадян, роботодавців і держави, що одночасно і є гарантією реалізації права громадян на працю та інших прав в сфері зайнятості. Працевлаштування включає сприяння громадянам у пошуку роботи (виду зайнятості) з боку не тільки державних органів, але й таких посередницьких організацій як приватні агентства зайнятості [1].

Під час воєнного стану питання утримання персоналу є вкрай актуальним для будь-якого бізнесу. Адже в результаті війни суб'єкти господарювання зазнали значних збитків. Що прямо вплинуло на можливість своєчасної оплати праці. З другого боку, підприємства не бажають звільняти цінних працівників, та шукають способи зберегти ефективний кадровий ресурс. В зв'язку з цим, послуги аутстафінгу (здавання персоналу у «найм» іншим компаніям) можуть бути цікавими для застосування українському бізнесу [2].

Чинне законодавство України не містить визначення терміну «аутстафінг», який є загальноживаним у бізнес-середовищі та означає оформлення працівників в одній компанії, а трудові обов'язки за фактом виконуються такими працівниками в іншій компанії. Правовідносини щодо діяльності суб'єктів господарювання, які наймають працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця прямо врегульовані положеннями Податкового кодексу України [3] та Закону України «Про зайнятість населення» [4]. Отже чинне законодавство України надає можливість підприємствам здійснювати діяльність з наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в інших роботодавців (надавати послуги аутстафінгу), за умови отримання відповідних дозволів, але на теперішній час немає встановленої процедури/механізму отримання таких дозволів.

Тому на думку авторів статті [2] можна вважати, що спеціальним законом, який слід застосовувати до правовідносин з наймання персоналу для подальшого виконання ними роботи в інших роботодавців є саме Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності» [5].

Дозвіл на наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця Держслужбою зайнятості видається лише тоді, коли у суб'єкта діяльності такий вид діяльності є одним з основних.

Посередницька діяльність в працевлаштуванні за кордоном, здійснюється виключно на підставі ліцензії, яка є єдиним документом дозвільного характеру і надає право суб'єктові господарювання здійснювати посередництво в працевлаштуванні громадян за кордоном.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) між ліцензіатом і іноземним суб'єктом (працедавцем або посередником) господарювання повинен відповідати вимогам законодавства України, зокрема вимогам: Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [6], Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [7], Закону України «Про зайнятість населення» [4], Закону України «Про зовнішню трудову міграцію» [8], Постанови Кабінету міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1060 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з посередництва у працевлаштуванні за кордоном» і наказу Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України від 06.09.2001 № 201 «Про затвердження Положення про форму зовнішньоекономічних договорів».

Так Постановою Кабінету міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1060 затверджені Ліцензійні умови здійснення господарської діяльності із посередництва в працевлаштуванні за кордоном. Ліцензійні умови містять ряд вимог, яких обов'язково повинні дотримуватися ліцензіати.

Таким чином, посередницькі послуги малого підприємництва у сфері забезпечення трудовими ресурсами – це особливий вид діяльності, який повинен базуватися на відповідному правовому підґрунті, яке потребує подальшого удосконалення та адаптації до сучасних умов господарювання.

Бібліографічні посилання

1. Римар Б. А. Посередництво у сфері зайнятості населення. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/8342/Chasopys%20109-113.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Послуги аутстафінгу під час воєнного стану (17.10.2022). URL: <https://lotysh.com/poslygu-autstafing/>
3. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Закон України «Про зайнятість населення». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>
5. Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3392-17#Text>
6. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
7. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
8. Закон України «Про зовнішню трудову міграцію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/761-19#Text>

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Бас О.Ю. магістрант,
Сумський національний аграрний університет*

КРЕАТИВНІ ПІДХОДИ, ЩОДО РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток креативної економіки є одним зі стратегічних напрямків розвитку сучасної економіки, після чого вона забезпечує зростання економічних показників та зміну пріоритетів у виробництві та розподілі вартості.

Креативна економіка - це сукупність галузей, що базуються на креативному та інноваційному потенціалі, таких як дизайн, медіа, культура, технології, наука та інші, та спрямовані на створення та виробництво товарів і послуг з високою доданою вартістю.

Однією з основних переваг креативної економіки є її здатність стимулювати інноваційний розвиток та створення нових *продуктів та послуг. Торгівельне підприємство може використовувати креативний підхід для створення оригінальних продуктів та привернення нових клієнтів. Наприклад, використання нестандартного дизайну виробів або унікальних пропозицій може допомогти підприємству привернути увагу клієнтів

Торгівельні підприємства, як і будь-які інші, можуть використовувати можливості креативної економіки для розвитку свого бізнесу та підвищення конкурентоспроможності. Наприклад, створення та виробництво продукту з унікальним дизайном або використання різноманітних медіа-технологій для просування продукту можуть допомогти підприємству залучити нових клієнтів та збільшити обсяг продажів.

Таблиця 1

Креативні підходи, щодо розвитку торговельного підприємства

Підхід	Економічний зміст	Приклад
Розвиток бренду	використання творчих рішень для розробки унікального бренду може допомогти підприємству привернути увагу клієнтів і відзначитися на ринку	створення власного логотипу, унікальних упаковок товарів, рекламних заходів, візуального оформлення магазину та ін.
Розробка нових продуктів та послуг	креативні підходи допомагають торговельним підприємствам створювати нові продукти та послуги, які відповідають потребам та бажанням клієнтів.	запровадження нових технологій в обслуговуванні клієнтів, створення програми лояльності, організація різноманітних заходів для залучення нових клієнтів і збереження та вже існуючих.
Використання соціальної мережі та інтернет-маркетингу	креативні підходи до реклами та маркетингу дозволяють через підприємство привернути увагу клієнтів соціальних мереж та інтернет-реклами	створення цікавого та відомого аккаунту в соціальних мережах, проведення інтерактивних конкурсів та акцій.

*Джерело: сформовано автором

Торгівельні підприємства можуть мати деякі переваги щодо реалізації креативних підходів, особливо в порівнянні з іншими галузями економіки. Ось декілька з них:

1. *Широкий асортимент продукції:* торговельні підприємства мають можливість пропонувати широкий асортимент продукції та послуг, що дає їм більші можливості для реалізації креативних ідей та випуску нових продуктів.

2. *Більше простору для експериментів:* торговельні підприємства можуть швидко впроваджувати нові ідеї та концепції, обмежувати їхню діяльність, пов'язану з реалізацією продуктів та послуг, що дає змогу експериментувати з новими підходами та швидко реагувати на зміни у смаках та запитах споживачів.

3. *Знаходження в зручних для покупців місцях:* Торговельні підприємства можуть знаходитись в центрі міста, на вулицях з високим трафіком або в торгових центрах, що дозволяє їм привертати більше покупців та збільшувати обсяг продажів.

4. *Реклама та маркетинг:* Торговельні підприємства можуть використовувати різні стратегії реклами та маркетингу, такі як знижки, акції та програми лояльності, що дозволяє їм привертати більше клієнтів та збільшувати продажі.

5. *Ефективна логістика:* Торговельні підприємства можуть мати добре організовану логістику, що дозволяє їм швидко та ефективно доставляти товари до своїх магазинів та клієнтів. Якщо підприємство забезпечує швидко та якісну доставку товарів своїм клієнтам, то

це дозволяє підвищити рівень задоволеності клієнтів та забезпечити їх лояльність. Крім того, ефективна логістика дозволяє знизити витрати на зберігання та транспортування товарів, що може позитивно відобразитись на рентабельності підприємства. Використовуючи нові технології та інновації, підприємство може забезпечити більш точне прогнозування попиту на товари, що дозволить зменшити кількість непроданих товарів та збільшити рівень запасів товарів, що швидко реалізуються.

6. *Масштаби*: Торгівельні підприємства можуть мати великі масштаби діяльності, що дозволяє їм забезпечувати своїх клієнтів високоякісними та доступними товарами за низькими цінами.

Бібліографічні посилання

1. Тарасова О.В. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2012. № 1. С. 37–41.
2. Пакуліна А.А., Євсєєв А.С. Інноваційна та креативна економіка як умова модернізації національного господарства України. *Економіка та суспільство*. 2018. № 16. С. 192–200
3. Florida, R. and Tinagli I. (2004). Europe in the Creative Age URL: http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf (дата звернення 16.11.2022)
4. Lee N. Creativity, cities and innovation. *Environment and Planning A*. 2014. no. 46 (5). P. 1139–1159
5. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. Львів, 2017. 528 с.

Терещенко С.І. д.е.н., професор

Петухов А.Ю. магістрант

Сумський національний аграрний університет

ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДТРИМАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Фінансові аспекти підтримання конкурентоспроможності підприємницької діяльності включають ряд фінансових стратегій та інструментів, які можуть допомогти забезпечити стабільність та прибутковість бізнесу.

Однією з основних фінансових стратегій є *забезпечення ефективного управління оборотними коштами*. Це може бути досягнуто шляхом підтримки оптимальних запасів товарів та матеріалів, зменшення строків кредиторської заборгованості та управління власними заборгованостями перед постачальниками. Правильна організація запасів товарів та матеріалів дозволяє забезпечити належну якість продукції, уникнути переplat за штрафи за несвоєчасну доставку та забезпечити сталість виробництва та плановані обсяги продажів. Оптимальні запаси товарів та матеріалів дозволяють підприємству зменшити витрати на їх зберігання, транспортування та забезпечення відповідних умов зберігання. Ефективне управління запасами забезпечується за рахунок використання спеціальних програм та систем, які дозволяють прогнозувати попит на товари, планувати закупівлі, контролювати залишки на складі та виконувати інші необхідні функції. Зменшення строків кредиторської заборгованості означає, що підприємство сплачує свої зобов'язання поставникам швидше. Це може призвести до зниження витрат на оплату пені та штрафів за прострочення платежів, а також збільшити довіру поставників до підприємства та поліпшити умови постачання. Управління власними заборгованостями перед постачальниками означає, що підприємство контролює свої платежі та старається сплачувати їх вчасно. Це дозволяє підприємству зберегти довіру поставників та

зберегти свою репутацію, що може мати позитивний вплив на умови постачання та сприяти залученню нових поставників.

Другою важливою стратегією є *раціональне використання капіталу та управління фінансовими ризиками*. Це може бути досягнуто шляхом розумного вибору джерел фінансування, управління валютним ризиком та мінімізації процентних витрат. Оптимальне використання власного капіталу передбачає вибір таких варіантів фінансування, що забезпечують найвищий рівень рентабельності і зменшення ризиків. При цьому, підприємство повинно мати достатні резерви власного капіталу для покриття поточних і майбутніх зобов'язань. Залучення зовнішнього капіталу (наприклад, кредитів, інвестицій, облігацій) також є важливим фактором раціонального використання капіталу. При цьому необхідно забезпечити мінімізацію фінансових ризиків і оптимальне співвідношення між власним та залученим капіталом. В цьому випадку, одним з інструментів раціонального використання капіталу є фінансове планування, що дозволяє забезпечити ефективне розподілення фінансових ресурсів між різними напрямками діяльності, мінімізувати ризики та забезпечити стабільність фінансової діяльності підприємства.

Третьою стратегією є *забезпечення стабільної та прибуткової фінансової політики*. Це може бути досягнуто шляхом ефективного управління бюджетом, максимізації прибутковості та ефективного управління ризиками.

Забезпечення стабільної та прибуткової фінансової політики є важливою складовою підтримання конкурентоспроможності підприємства. Для досягнення цього можуть використовуватись наступні підходи:

1. Ретельний аналіз фінансових показників та контроль за їхнім покращенням. Підприємство повинно знати свої фінансові можливості та потреби, а також робити все можливе для покращення фінансової стабільності та прибутковості.

2. Розробка та виконання бюджету підприємства. Бюджет повинен бути складений на основі реалістичних прогнозів доходів та витрат, а також враховувати планові інвестиції та фінансові цілі підприємства. Регулярний моніторинг виконання бюджету допоможе уникнути непередбачуваних фінансових проблем.

3. Ефективне управління кредитами та інвестиціями. Підприємство повинно розуміти, які інвестиції є найбільш доцільними для досягнення фінансових цілей та забезпечення стабільності. Крім того, слід забезпечити своєчасну сплату кредитів та уникнути заборгованості.

4. Оптимізація податкових платежів. Підприємство повинно розуміти, які податки та збори повинні бути сплачені, та знаходити шляхи для їхньої оптимізації. Наприклад, використання податкових пільг, юридичних та фінансових інструментів для зменшення податкового тягаря.

5. Залучення фінансових ресурсів від інвесторів або кредитних установ. Для залучення інвестицій можна використовувати різноманітні інструменти, такі як продаж акцій, облігацій, прав на власність тощо. Одним з найбільш поширених способів залучення кредитних ресурсів є отримання кредиту від банків або інших фінансових установ. Підприємство може взяти кредит на розвиток бізнесу, придбання нового обладнання, збільшення оборотних коштів тощо. Важливо враховувати не лише відсоткову ставку за кредитом, але і умови повернення кредитних коштів, включаючи терміни та графік погашення. Залучення фінансових ресурсів може бути дієвим інструментом для підтримки конкурентоспроможності підприємства, але варто збалансувати його з іншими фінансовими аспектами діяльності, такими як контроль над витратами та управління ризиками.

Поза цими основними стратегіями, фінансові аспекти підтримання конкурентоспроможності підприємницької діяльності включають такі інструменти, як розробка фінансових планів та бюджетів, вивчення фінансового ринку та конкуренції, підбір оптимальних фінансових інструментів, таких як кредити, лізинг, факторинг та інше.

Бібліографічні посилання

1. Готь О.Я, Бондаренко С.М. (2017). Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка, №6, 300-304. 1
2. Жихарєва В.В., Савельєва Т.М. (2017). Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. Економіка і суспільство. №9, 417-421.
3. Бундюк А.М, Лихащенко К.О. (2020). Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Збірник тез доповідей XVIII Міжн. наук. конф. «Удосконалення процесів та обладнання харчових та хімічних виробництв». С. 31-34.

*Бережна Вікторія Володимирівна, студентка
Чорнобаєв Владислав Володимирович
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ

Жорстка ринкова конкуренція вимагає від підприємницької структури підвищення ефективності діяльності, та покращення якості споживання продукції та послуг, розширювання асортименту, активізації підприємницької діяльності, ініціативи тощо.

Основною метою оцінювання ефективності діяльності підприємницької структури є виявлення можливих резервів її подальшого розвитку, визначеного за результатами повного аналізу фінансово-господарської діяльності. Тому найважливішим завданням функціонування сучасної підприємницької структури є підвищення ефективності її діяльності за рахунок більш повного використання внутрішніх резервів та системна розробка шляхів підвищення ефективності діяльності. Під шляхами підвищення ефективності діяльності підприємницької структури розуміють сукупність конкретних заходів щодо покращення ефективності виробництва [1].

За допомогою доступної фінансової звітності можна проаналізувати фінансову ситуацію підприємницької структури. Головним інструментом для цього є економічний аналіз, який дозволяє об'єктивно оцінити внутрішні та зовнішні відносини підприємницької структури, визначити його платоспроможність, ефективність та прибутковість діяльності, оцінити перспективи розвитку. На основі результатів аналізу можна приймати обґрунтовані рішення. Як зазначено в багатьох економічних джерелах, фінансовий стан підприємницької структури – це сутнісна характеристика її діяльності в певний період, що визначає реальну й потенційну можливість підприємницької структури забезпечувати достатній рівень фінансування фінансово-господарської діяльності та здатність ефективно здійснювати її в майбутньому [2]. Фінансовий стан надає інформацію про загальний результат діяльності підприємницької структури в тому числі роботи з управління фінансовими ресурсами, тобто фінансової роботи, яка впливає на собівартість виробленої продукції або послуг. Фінансовий стан підприємницької структури залежить від результатів його виробничо-господарської та фінансово-господарської діяльності. Тому резерви, які можна використати для покращення фінансового стану підприємницької структури можна виявити, провівши комплексну оцінку всіх складових його діяльності.

Структура капіталу значної кількості підприємницьких структур в Україні є незадовільною, а власних коштів недостатньо. Одним із основних шляхів поліпшення фінансового стану є мобілізація внутрішніх резервів підприємства.

Фактори, що підвищують ефективність виробництва, розглядаються в основних напрямках розвитку та вдосконалення виробництва при обґрунтуванні та аналізі всіх показників економічної ефективності. Ці напрямки охоплюють комплекс технічних, організаційних і соціально-економічних заходів, на основі яких забезпечується економія праці, витрат і ресурсів, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Основними факторами підвищення ефективності діяльності підприємницької структури є:

- прискорення науково-технічного прогресу, підвищення технічного рівня виробництва, інноваційна політика;
- структурна перебудова економіки, її орієнтація на виробництво товарів народного споживання, конверсія оборонних підприємницьких структур та галузей, удосконалення відтворювальної структури капітальних вкладень, прискорений розвиток наукомістких, високотехнологічних галузей;
- вдосконалення розвитку диверсифікації, спеціалізації і кооперування, комбінування і територіальної організації виробництва, вдосконалення організації виробництва і праці на підприємницьких структурах і в об'єднаннях;
- роздержавлення і приватизація економіки, вдосконалення державного регулювання, господарського розрахунку і системи мотивації до праці;
- посилення соціально-психологічних факторів, підвищення відповідальності і творчої ініціативи працівників, всебічного розвитку особистості, посилення соціальної спрямованості в розвитку виробництва [3].

Слід зазначити, що фактори підвищення ефективності діяльності підприємницької структури можна класифікувати за трьома основними ознаками:

- 1) за основними напрямками розвитку та вдосконалення виробництва, які представляють комплекси технічних, організаційних та соціально-економічних заходів, на основі яких досягається економія суспільної праці;
- 2) за джерелами підвищення ефективності: зниження трудомісткості, матеріаломісткості, фондомісткості та капіталомісткості виробництва, економії часу, раціонального використання природних ресурсів;
- 3) відповідно до сфери застосування фактори поділяють на народногосподарські, міжгалузеві, регіональні, галузеві та внутрішньовиробничі [3].

У сфері підвищення економічної ефективності виробництва найважливішим є раціональне використання виробничого потенціалу, мінімізація різноманітних втрат, економія витрат і ресурсів.

Таким чином, можна визначити, що фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності кожної підприємницької структури, а пошук шляхів покращення фінансового стану – це важлива складова управлінської діяльності.

Для того щоб забезпечити задовільний фінансовий стану на підприємстві необхідно розробити та забезпечити реалізацію систем аналізу та оцінювання фінансового стану, стосовно до особливостей функціонування цієї підприємницької структури. Також підприємницька структура повинна на постійній основі, детально і враховуючи динаміку зміни показників аналізувати фінансовий стан та залежно від того, як він змінюється приймати відповідні правильні управлінські рішення.

Бібліографічні посилання

1. Воронін О. Визначення показників економічної ефективності виробництва на основі модифікації ресурсного підходу. *Економіка України*. 2007. № 10. С. 29–37.
2. Городинська Д. Економічна стійкість підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 10 (42). С. 141–146.
3. Пасека Д. В., Гринько Т. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. *Економіка та менеджмент*. 2013. Т.4. URL: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedzment/tom4/48_Paseka.htm

Герасимова Д.Д.

студентка гр. 076-19-3

Літвінов Ю.І. доцент, к.т.н.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розвиток туристичної галузі можна пояснити різними факторами, включаючи прогрес у транспорті, збільшення наявного доходу громадян та бажання отримати нові враження та культурний розвиток. У минулому подорожувати могли лише ті, хто міг собі це дозволити або мав особливу причину для цього, наприклад, з діловими цілями. Однак із запровадженням швидших і доступніших видів транспорту, таких як літаки та потяги, подорожі стали набагато доступнішими для ширшого кола людей. Крім того, оскільки наявний дохід багатьох людей збільшився, подорожі стали популярним способом витратити додаткові гроші. Зараз люди більш готові інвестувати в досвід і спогади, а не в матеріальні блага. Нарешті, з розвитком соціальних медіа та Інтернету люди постійно стикаються з новими напрямками та враженнями з усього світу. Це викликало у туристів бажання шукати унікальні та автентичні враження, що призвело до збільшення культурного та пригодницького туризму. Загалом розвиток туристичної галузі позитивно впливає на економіку в усьому світі, створюючи робочі місця та надаючи можливість заробляти підприємцям. Оскільки подорожі стають все більш доступними та бажаними, ймовірно, що розвиток туризму буде й далі відбуватись ще інтенсивніше.

Туризм є ваговою галуззю для розвитку економіки України і має значний потенціал, але існує багато внутрішніх та зовнішніх чинників, що стримують його розвиток. Останніми роками в Україні відбулась політична криза та бойові дії, які безпосередньо негативно вплинули на становище внутрішнього та міжнародного туризму. Також на розвиток галузі вплинула і пандемія COVID-19. Все це негативно позначилось на обсягах в'їзного туризму до України. Тому розвиток бізнесу туристичних компаній є важливим та своєчасним питанням для їх власників та менеджерів. Аналіз розвитку туристичної сфери в Україні дозволив встановити, що останніми роками темпи зростання доходу від надання туристичних послуг значно більші ніж витрати. Це свідчить про зростання прибутків туристичних компаній. Але за цей же період кількість суб'єктів господарювання у туристичній галузі зменшилась. Найбільше путівок було реалізовано завдяки роботі туроператорів та турагентів. Найменше – турагентами (ФОП). Загальне зменшення кількості реалізованих путівок вплинуло і на зменшення загальної вартості. Встановлено, що починаючи з 2014 р. спостерігалось скорочення міжнародних туристичних потоків. Однією з причин є пандемія COVID-19. Також анексія територій вплинула на втрату приблизно 30% туристичного потенціалу країни, що у свою чергу відобразилось на кількості іноземних туристів, які відвідували саме морське узбережжя кримського півострову.

Відповідно до статистичних даних туристичних потоків у Одеському регіоні та відповідно їх прогнозних значень, які характеризують відвідуваність Одеського регіону, визначено схожі тенденції у темпах зростання та падіння цих показників. Тобто можна стверджувати, що зовнішні загрози однаково негативно впливають на туризм в Україні без прив'язки до конкретного регіону, наприклад причорноморського.

Для вирішення ідентифікованих проблем у діяльності туристичних компаній одним з шляхів може бути створення туристичного кластеру. Застосування кластерної моделі організації туристичної діяльності дозволить реалізувати довготермінові стратегії розвитку підприємництва в туристичній галузі та розробляти нові туристичні продукти. Однією з основних позитивних сторін від сформованого кластеру є досягнення синергетичного ефекту, який з'являється в процесі спільної роботи туристичних компаній та підприємств з пов'язаних індустрій та полягає в отриманні кращих результатів діяльності всіх складових об'єднання.

Липовецька Ю. М.

*Ніколайчук О. А., к. е. н., зав. кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського*

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЗМІНИ ЙОГО ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Основним показником діяльності підприємства є його чистий прибуток, який формується за рахунок доходів підприємства та витрат, які були необхідні для його діяльності. Загалом, чистий прибуток – це сума частини чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), яка залишається після вирахування всіх витрат підприємства та результату від надзвичайної діяльності, якщо є така діяльність [1].

Аналіз фінансових ризиків може бути проведений на основі оцінки зміни фінансових результатів та дозволяє визначити, який саме елемент найбільше схильний до зміни у майбутньому. Нами було виконано аналіз фінансового ризику телекомунікаційної компанії «Київстар» за оцінкою зміни фінансових результатів діяльності, для чого в якості інформаційної бази були використані дані з форм фінансової звітності «Звіт про фінансові результати» за 2016-2020 роки. Для аналізу було обрано такі показники: чистий дохід від реалізації послуг, собівартість реалізованих послуг, адміністративні витрати, витрати на збут та чистий прибуток [2].

Спочатку було знайдено середнє значення та дисперсію кожного показника. Після чого за допомогою розрахованих даних, а саме шляхом ділення дисперсії на середнє значення та множенням результату на 100%, було знайдено ризики зміни (рис.1).

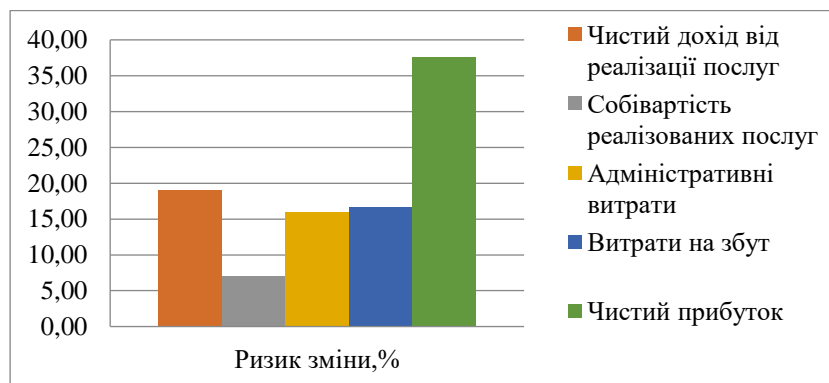


Рис. 1 – Ризики зміни основних фінансових результатів компанії «Київстар»

Отже, виходячи з рис. 1 можна зробити висновок, що найбільший ризик зміни у майбутньому має чистий прибуток компанії (37,65%), ризик зміни чистого доходу становить 19,09%, ризик зміни витрат на збут складає 16,74%, адміністративних витрат – 15,93%. Найменший ризик змін у майбутньому має собівартість реалізованих послуг - ймовірність цього складає лише 7,04%.

Враховуючи те що, такий аналіз підприємство може застосовувати до будь-якого показника фінансової звітності, можна спрогнозувати майбутні ризики щодо кожного елемента, відповідно до чого підприємство матиме можливість вчасно розробити та впровадити управлінські рішення для вирішення несприятливих змін.

Бібліографічні посилання

1. Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2003. 432 с.
2. Фінансова й аналітична інформація Київстар. URL: <https://kyivstar.ua/uk/about/about/partners>.

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Тінгаєв В.О. магістрант,
Сумський національний аграрний університет*

ФОРМИ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Матеріально-технічне забезпечення є важливим аспектом діяльності будь-якого бізнесу, зокрема малого. У сучасних умовах, для забезпечення ефективної роботи, малі підприємства повинні мати доступ до сучасного обладнання та інструментів, високоякісних сировинних матеріалів та енергоносіїв, транспортних засобів, а також використовувати сучасні технології та програмне забезпечення.

Ефективність матеріально-технічного забезпечення малого бізнесу полягає в забезпеченні підприємства всіма необхідними ресурсами для виробництва товарів або надання послуг високої якості та за доступними цінами. Ефективне матеріально-технічне забезпечення дозволяє знизити витрати на виробництво і збільшити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Для досягнення ефективного матеріально-технічного забезпечення необхідно враховувати такі фактори, як:

оптимізація запасів;

- вибір постачальників; використання новітніх технологій;
- оптимізація процесів виробництва;
- створення ефективної системи управління запасами; контроль якості матеріалів та обладнання.

Однією з можливих форм матеріально-технічного забезпечення малого бізнесу є державна підтримка. Держава може надавати фінансову допомогу на закупівлю обладнання та інструментів, надавати пільги на сплату податків. Держава може надавати пільги та підтримку у формі субсидій, безпроцентних кредитів, грантів на закупівлю обладнання та іншої техніки, що допоможе підприємствам збільшити свою продуктивність та ефективність. Також, держава може здійснювати інвестиції у створення інфраструктури для малого бізнесу, зокрема, будувати та ремонтувати дороги, електромережі та інші комунікації, що покращить умови праці та знизить витрати на транспортування та постачання товарів. Держава може проводити різноманітні програми підтримки технічного розвитку та інновацій в малому бізнесі, надавати допомогу у впровадженні нових технологій, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та збільшенню продуктивності роботи малого бізнесу.

Крім того, малі підприємства можуть скористатися можливостями кредитування та лізингу для придбання обладнання та транспортних засобів. Кредитування є одним із найбільш поширених інструментів фінансової підтримки малого бізнесу. Для цього підприємець може звернутися до банку з метою отримання кредиту на покупку обладнання або транспортних засобів. У такому випадку, він зобов'язаний буде повернути кредит із відсотками за визначеним графіком платежів.

Лізинг є ще одним варіантом для отримання обладнання та транспортних засобів. Він передбачає отримання підприємцем обладнання у лізинговій компанії за умови щомісячного внесення платежів. У кінці договору лізингу підприємець може викупити обладнання за окрему визначену суму або повернути його лізинговій компанії.

В обох випадках, кредитування і лізингу, підприємці мають можливість придбати необхідне обладнання та транспортні засоби за рахунок залучення зовнішніх фінансових ресурсів, що може позитивно вплинути на матеріально-технічне забезпечення малого бізнесу. Важливим аспектом при виборі кредитора або лізингової компанії є розуміння умов кредитування та лізингу, таких як розмір процентної ставки, строк погашення, сума застави та інші.

Крім того, ефективне управління матеріальними ресурсами може бути досягнуто шляхом використання сучасних методів управління запасами, таких як "just-in-time" та "lean

manufacturing". "Just-in-time" (JIT) та "lean manufacturing" (тонке виробництво) - це два підходи до організації виробництва та управління ланцюгом постачання в мануфактурних компаніях.

"Just-in-time" - це метод, в якому матеріали та комплектуючі поставляються на виробництво саме в потрібному моменті та кількості. Це дозволяє зменшити запаси на складах, збільшити швидкість обороту товарів та знизити витрати на зберігання запасів. При цьому важливо мати точні прогнози потреби у матеріалах, а також надійні постачальники, щоб уникнути затримок у виробництві.

"Lean manufacturing" - це стратегія, яка спрямована на зниження витрат та оптимізацію процесів виробництва. За цією стратегією, виробництво організовується таким чином, щоб уникати витрат на зайві процеси, матеріали та робочий час. Основні принципи "lean manufacturing" - це зосередженість на потребах клієнтів, ефективне використання ресурсів, використання стандартів якості та неперервна оптимізація процесів.

Обидва підходи мають на меті зниження витрат на виробництво та оптимізацію процесів, що є важливим для більшості мануфактурних компаній, зокрема для малих бізнесів, де ефективне використання ресурсів та зниження витрат можуть бути вирішальними факторами успіху.

Бібліографічні посилання

1. Доповідь про досягнуті результати щодо покращення умов ведення підприємницької діяльності, розвитку малого та середнього бізнесу та підтримки індивідуальної підприємницької ініціативи. URL: <http://economy.gov.ru/>. - Назва з екрану. (дата звернення 04.10.2022)
2. Бутко М.П., Попело О.В. Інтелектуальний капітал як чинник модернізації регіонального економічного простору: монографія. Ніжин: Аспект-Поліграф. 2014. 372 с.
3. Ткаченко О.В. Методичні підходи до оцінки майна . III Міжнародна науково-практична конференція "Проблеми формування нової економіки XXI століття". 2015 р. 25 с.

Ксенишина М. Р.

Радзіховська Л. М., кандидат педагогічних наук, доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У наш час слово «туризм» стало звичним для кожної людини. Туризм в цілому є важливим явищем завдяки виконанню таких функцій як психофізичне відновлення, зняття напруги, відновлення працездатності, моральне та естетичне задоволення [1]. Окремо можна виділити таку важливу функцію туризму, як забезпечення зайнятості населення у туристичній та інших дотичних галузях, а також засіб розвитку економіки та доходів населення [1]. Тема розвитку внутрішнього туризму в Україні активно досліджувалася такими науковцями, як Л. Коржилов, В. Шведун, В. Пестушко, Т. Шелеметьева та інші.

Можна стверджувати, що Україна має досить хороший потенціал в туристичній сфері, оскільки наша держава має цікаву історію, красиву природу, помірний клімат та мальовничі краєвиди. Але існує низка внутрішніх та геополітичних чинників, які стримують розвиток даної сфери [2]. Упродовж останніх років відбувається багато подій, що погано впливають на економіку, включаючи розвиток внутрішнього та міжнародного туризму [2]. Особливо негативним чинником стала повномасштабна війна. Та з іншого боку, ця подія дала поштовх до того, що український народ почав більше цікавитися своєю країною, і вже зараз проявляється поживлення у внутрішньому туризмі.

Отже, метою даної роботи є дослідження впливу економічних факторів, таких як заробітна плата та рівень інфляції в Україні, на кількість туристів всередині держави, тобто внутрішніх туристів.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1		1	2639,17	4,6			715638			10	59887,42	118,5				
2		1	3031,92	0,2			773970		$X^T X =$	59887	457485990,7	632697				
3		1	3273,82	0,5			702615			118,5	632697,495	2995,7				
4		1	3474,75	24,9			322746									
5	$X =$	1	4207,33	43,3			$Y =$ 357027				0,6409	-6,89901E-05	-0,0108			
6		1	5187,33	12,4			453561		$(X^T X)^{-1} =$		-7E-05	1,05138E-08	5E-07			
7		1	7105,42	13,7			476967				-0,0108	5,08494E-07	0,0007			
8		1	8867,33	9,8			456799									
9		1	10503,75	4,1			520391									
10		1	11596,6	5			222612									
11																
12		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
13	$X^T =$	2639,2	3031,92	3273,82	3474,8	4207,3	5187,3	7105,4	8867,33	10504	11596,6					
14		4,6	0,2	0,5	24,9	43,3	12,4	13,7	9,8	4,1	5					
15																
16				5002326						834833,182						
17			$X^T Y =$	2,7E+10					$(X^T X)^{-1} X^T Y =$	-37,258837		$Y = 834833,182 - 37,258837X_1 - 9406,4998X_2$				
18				47175578						-9406,4998						
19																
20																

Рис.1. Розрахунки для знаходження рівняння лінійної регресії

Для цього дослідження було взято статистичні дані про кількість внутрішніх туристів (Y), обслуговуваних туроператорами та турагентами, середньорічну щомісячну зарплату (X_1) та рівень інфляції в Україні (X_2) (дані з 2011 по 2020 рр.).

Було висунуто гіпотезу про існування зв'язку між Y та X_1 , X_2 . Дана гіпотеза у вигляді рівняння має вигляд $Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon_i$, у матричній формі гіпотеза матиме вигляд $Y = BX + E$.

Усі розрахунки проводилися в програмі MS Excel. У робочій книзі, на першій сторінці, було проведено розрахунки для знаходження рівняння лінійної регресії. Отримані за допомогою МНК в матричній формі оцінки параметрів такі: $b_0 = 834833,18$; $b_1 = -37,25884$; $b_2 = -9406,5$. Рівняння регресії отримало вигляд: $Y = 834833,18 - 37,25884X_1 - 9406,5X_2$.

Після було проведено перевірку отриманої регресії за допомогою ретроспективного аналізу.

Для того, щоб упевнитися, що отриманою моделлю можна користуватися, було здійснено обчислення множинного коефіцієнту кореляції Y з X_1 і X_2 ; та перевірку на мультиколінеарність.

При розрахунку множинного коефіцієнту кореляції було використано Пакет аналізу даних та інструмент CORREL, для обчислення матриці коефіцієнтів парної кореляції. В результаті даний коефіцієнт має таке значення: $R_{1,2,3} = 0,8695$. Отже, з отриманого значення можна зробити висновок, що між Y та X_1 , X_2 є досить тісний зв'язок, оскільки $R_{1,2,3}$ знаходиться ближче до 1.

При дослідженні мультиколінеарності використовувався алгоритм Фаррара-Глобера. Було отримано значення критерію Пірсона: $X^2 = 0,0419$. Цей критерій порівнюється з табличним значенням при рівні значущості α та $\frac{1}{2}m(m-1)$ ступенях вільності (у даному випадку ступінь вільності дорівнює 1). У цьому випадку табличне значення критерію Пірсона дорівнює 3,8; $X^2_{\text{факт}} = 0,0419 < X^2_{\text{табл}} = 3,8$, отже робимо висновок, що в масиві змінних мультиколінеарність відсутня.

Дідух В.С.

студент гр. 076-19-3

Літвінов Ю.І. доцент, к.т.н.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Кондитерська промисловість є висококонкурентним і динамічним сектором, який постійно розвивається. В останні роки галузь пережила значне зростання, оскільки смакові переваги споживачів продовжують розвиватися, а попит на нові та інноваційні продукти зростає. Розвиток підприємств кондитерської промисловості включає широкий спектр факторів, включаючи дослідження ринку, розробку продукту, маркетинг і дистрибуцію. Компанії повинні вміти визначати зміну споживчих уподобань і реагувати на них, а також адаптуватися до нових правил і галузевих стандартів. Щоб залишатися конкурентоспроможними та розвивати свій бізнес, кондитерські підприємства також повинні інвестувати в технології та інновації. Це може включати розробку нових виробничих процесів, використання нових матеріалів та інгредієнтів, а також впровадження нових стратегій маркетингу та розподілу. Ще одним ключовим фактором розвитку підприємств кондитерської галузі є стійкість. Останніми роками зростає попит на екологічно чисті та етичні продукти, і компанії, які здатні продемонструвати свою відданість екологічній та соціальній відповідальності, мають більше шансів досягти успіху на ринку.

В цілому розвиток підприємств кондитерської галузі потребує поєднання факторів для досягнення успіху. Одним із найважливіших факторів є здатність створювати та підтримувати високоякісні продукти, які відповідають мінливим смакам та уподобанням споживачів. Це вимагає глибокого розуміння споживчих тенденцій, а також здатності впроваджувати інновації та розробляти нові продукти, які відповідають їхнім потребам. Іншим важливим аспектом розвитку успішних підприємств у кондитерській промисловості є забезпечення ефективності та рентабельності виробничих процесів. Для цього потрібні інвестиції в сучасне обладнання та технології, а також зосередженість на оптимізації управління ланцюгом поставок. Завдяки оптимізації виробничих процесів і зменшенню відходів компанії можуть підвищити свої прибутки та залишатися конкурентоспроможними на ринку. На додаток до цих операційних факторів, розвиток успішних кондитерських підприємств також вимагає сильної ідентичності бренду та маркетингової стратегії. Компанії повинні відрізнитися від конкурентів і створювати базу лояльних клієнтів за допомогою ефективного брендингу та реклами. Це може включати розробку унікальної лінійки продуктів або використання соціальних мереж та інших цифрових каналів для охоплення споживачів. Нарешті, розвиток успішних підприємств у кондитерській промисловості також залежить від наявності сильної корпоративної культури.

У сучасних умовах господарювання важливим засобом забезпечення ефективності господарської діяльності є подальший розвиток конкурентних відносин і підвищення конкурентоспроможності національної продукції та її виробників. В ринкових умовах конкурентоспроможність підприємства є запорукою отримання високих і стабільних прибутків. У зв'язку з цим будь-який суб'єкт господарювання постійно стикається з проблемою управління своєю здатністю нормально функціонувати в існуючому конкурентному середовищі. Отже необхідно приділяти увагу цим питанням, адже внаслідок зростання рівня конкуренції між суб'єктами господарювання, підвищується якість продукції.

Необхідно зазначити, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства значною мірою залежить від персоналу та його кваліфікації. Визначено, що зусилля, які спрямовані на розвиток персоналу, чиї завдання вимагають нестандартних, креативних рішень, від яких безпосередньо залежить прибуток організації і які є «золотом» організації, необхідно реалізовувати через коучинг як механізм, за допомогою якого ініціюється самостійне отримання знань через мотивацію самих учасників.

*Мартиненко Наталія Василівна,
провідний науковий співробітник
доктор філософії в галузі публічного управління та адміністрування,
Дроценко Тетяна Юріївна,
науковий співробітник
Національний науковий центр
«Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса»*

НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Сьогодні на міжнародному рівні та рівні держав активно ведеться розробка нормативно-правової бази регулювання відносин застосування штучного інтелекту. Ця технологія є вкрай перспективною і може бути використана у різних сферах суспільного життя: у публічному управлінні, сільському господарстві, судово-експертній діяльності, медицині, транспорті, освіті тощо. Технологія штучного інтелекту є інноваційним, науковим та високотехнологічним продуктом, який комплексно впливає на різні сфери суспільного життя, безпеку тощо. У зв'язку з цим важливими видаються питання формування правових підстав регулювання даної технології, експериментальних правових режимів, створення технологічних стандартів, правил, які унеможливають заподіяння шкоди людині, суспільству, державі та навколишньому середовищу.

У Європейському союзі (далі – ЄС) ведеться потужна наукова робота по вивченню питань регулювання відносин щодо використання технологій штучного інтелекту. ЄС розвиває правову основу для функціонування Єдиного цифрового ринку, щоб протидіяти фрагментації, яка може виражатися у відмінності вимог до продуктів послуг у сфері технологій штучного інтелекту в державах ЄС, у тому числі до їх використання, відповідальності у цій сфері, нагляду з боку державних органів; у зниженні правової визначеності як для постачальників, так і для користувачів систем, оснащених штучним інтелектом.

Правову основу регулювання відносин у сфері створення, використання та впровадження штучного інтелекту становлять такі документи.

Резолюція Європарламенту для Європейської комісії щодо норм цивільного права про робототехніку від 16 лютого 2017 р. [1]. У документі розглядаються основні засади розвитку робототехніки та штучного інтелекту, етичні засади, стандартизація, безпека таких пристроїв тощо.

Декларація про співробітництво в галузі штучного інтелекту від 10 квітня 2018 р. [2]. Згідно з документом держави-учасниці вирішують завдання щодо розвитку технології штучного інтелекту, інноваційних бізнес-моделей, прискорення економічного зростання, створення нових висококваліфікованих професій та трансформації ринку праці, створення правової та технічної основи для використання відповідної технології, а також проведення наукових досліджень у даній сфері, створення наукових центрів та обміну національним досвідом.

Комюніке «Штучний інтелект для Європи» від 25 квітня 2018 р. [3]. Документ містить приклади використання штучного інтелекту у різних сферах. Мета документа – технологічне та індустріальне використання штучного інтелекту в приватному та публічному секторі; проведення підготовчих робіт для соціоекономічних змін у галузі освіти, у сфері праці тощо; розвиток етичної та правової основи у ЄС на основі цінностей, закріплених у правовій базі ЄС.

Керівництво з етики для надійного штучного інтелекту від 8 квітня 2019 р. [4]. Документ містить сім основних вимог, які мають виконуватися стосовно системи штучного інтелекту: підконтрольність людині, нагляд; технічна безпека; недоторканність приватного життя, конфіденційність та управління даними; прозорість; відсутність дискримінації та справедливості; суспільне та екологічне благополуччя; підзвітність.

Політичні та інвестиційні рекомендації для надійного штучного інтелекту від 26 червня 2019 р. [5]. Цей документ спрямований на те, щоб штучний інтелект приносив користь людям та суспільству в цілому, приватному сектору, публічному сектору, був затребуваний при проведенні досліджень у Європі, при роботі з даними (включаючи питання доступності), у сферах освіти, управління та регулювання, створення фондів та інвестицій.

Для ЄС дуже важливою є сфера кібербезпеки, у зв'язку з цим істотну роль відіграє Регламент ЄС 2019/881 Європарламенту та Ради ЄС про ENISA (Агентство ЄС з кібербезпеки) та сертифікації з кібербезпеки інформаційних та комунікаційних технологій від 17 квітня 2019 р., який скасовує дію Регламенту 526/2013 (Закон про кібербезпеку) [6]. Цей Регламент буде застосовуватися до штучного інтелекту, оскільки використання цієї технології може бути пов'язане з високим рівнем ризику у сфері кібербезпеки.

Одним із провідних документів є Стратегічна програма «Цифрова Європа» на 2021—2027 роки, в якій розглядаються питання розвитку штучного інтелекту та робототехніки [7], до якої долучилася Україна [8]. Ця Програма надає фінансування для цифровізації країн Європи за різними напрямками.

У 2021 р. було підготовлено Пропозиції для Регламенту Європейського парламенту та Ради ЄС, закріплюючі гармонізовані правила про штучний інтелект (закон про штучний інтелект) та внесення змін до відповідних законодавчих актів ЄС (com/2021/206 final) [9].

Інтеграція використання сервісів, оснащених штучним інтелектом, здійснюватиметься згідно з Регламентом Європарламенту та Ради ЄС від 19.10.2022 про єдиний ринок цифрових послуг (Закон про цифрові послуги), що змінює Директиву ЄС 2000/31/ЕС14 [10].

Рівень розвитку технологій штучного інтелекту, а також регламентування діяльності у цій сфері в ЄС є достатньо високими. Подальші напрацювання з зазначеного питання є актуальними для сучасної європейської політики.

Бібліографічні посилання

1. European Parliament Resolution of 16 February 2017 with recommendations to the Commission on Civil Law Rules on Robotics (2015/2013(INL)). URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0051_EN.html (дата звернення: 15.04.2023).

2. Declaration of cooperation on Artificial Intelligence, 2018. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/communities/sites/default/files/2018aideclarationatdigitaldaydocxpdf.pdf> (дата звернення: 30.04.2023).

3. Communication from the Commission Artificial Intelligence for Europe, 2018. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/txt/?uri=com%3a2018%3a237%3aafin> (дата звернення: 30.04.2023).

4. Ethics guidelines for trustworthy AI, 2019. URL: <https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation.1.html> (дата звернення: 30.04.2023).

5. Policy and investment recommendations for trustworthy Artificial Intelligence, 2019. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/policy-and-investment-recommendationstrustworthy-artificial-intelligence> (дата звернення: 30.04.2023).

6. Regulation (EU) 2019/881 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on ENISA (the European Union Agency for Cybersecurity) and on information and communications technology cybersecurity certification and repealing Regulation (EU) No 526/2013 (Cybersecurity Act) (Text with EEA relevance). URL: https://eur-lex.europa.eu/translate/goog/eli/reg/2019/881/oj?x_tr_sl=en&x_tr_tl=uk&x_tr_hl=uk&x_tr_pto=sc (дата звернення: 30.04.2023).

7. The Digital Europe programme for the period 2021—2027 / European Commission. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/digital-programme> (дата звернення: 30.04.2023).

8. Програма ЄС «Цифрова Європа» (2021—2027) / Дія.Бізнес. URL: <https://business.dii.gov.ua/digital-europe-programme> (дата звернення: 30.04.2023).

9. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council Laying Down Harmonised Rules On Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union Legislative Acts COM/2021/206 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206> (дата звернення: 30.04.2023).

10. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj> (дата звернення: 30.04.2023).

Гутарева Юлія Василівна

доцент, кандидат економічних наук

Магдієв Алі Магамедович

Студент 4-го курсу, спеціалізації «Менеджмент інноваційної діяльності»

Державний університет «Одеська політехніка»

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ КРАУДТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Сьогодні суспільство готує велику кількість висококваліфікованих фахівців різних областей. Однак самостійно досягти успіху в умовах сучасної управлінської, технологічної, комунікаційної та соціальної парадигм складно. Тому необхідно застосовувати способи та підходи соціокомунікаційної взаємодії.

Одним з таких підходів може бути використання краудтехнологій як ефективного інструменту управління та взаємодії.

Краудтехнологія – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що англійською визначається як «Crowd») за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкої громадськості, для розв'язання конкретних завдань підприємств чи організацій. Краудтехнології знаходять своє відбиття у багатьох процесах управління підприємством: краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекрутинг, краудмаркетинг.

Розглянемо більш детально кожне напрямлення краудтехнологій.

Краудсорсинг – делегування певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, для отримання необхідних ідей, послуг, спрямованих насамперед на онлайн спільноту, при координації їх діяльності за допомогою інформаційних технологій. Краудсорсинг є способом залучення «колективного розуму» різноманітних індивідів до розв'язання проблеми організації, продуктивного досягнення її цілей.

Краудсорсинг призвів до такого поняття як краудфандинг. Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowd funding, crowd – «натовп», funding – «фінансування») – збір коштів для реалізації проєкту від багатьох людей. У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) це поняття означає «народне фінансування». Проєкти можуть бути соціальними, комерційними, політичними тощо [3]. Це колективна участь людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси, зазвичай через Інтернет, для підтримки зусиль інших людей чи організацій.

Швидко розвивається краудворкінг (crowd – натовп і working – робота). Компанії можуть наймати людей з усього світу для виконання важливих завдань, і їм навіть не потрібно виходити з дому [1].

Краудрекрутинг – це спосіб відбору найбільш перспективних векторів професійних компетенцій, необхідних конкретній компанії на основі результатів їх роботи в краудсорсинговому проєкті, тобто шляхом спостереження та оцінки діяльності учасників у модельній ситуації, що імітує робочий процес.

Краудмаркетинг (англ. Краудмаркетинг, натовп – «натовп», маркетинг – «реклама») – це метод просування, що включає низку заходів на збільшення продажів конкретного товару,

на основі рекомендацій («сарафанного радіо»), які виникають як результат просування сайту або бренду в мережі Інтернет [2].

Як бачимо, краудтехнології – це дивовижний інструмент згурпування великої кількості людей задля розв’язання однієї проблеми. І це не єдина його перевага, розглянемо наступні:

1. Велика кількість різноманітних думок. Залучення більш широкого кола людей до роботи може також відкрити більшу різноманітність мислення, а також несподівані ідеї;

2. Зниження управлінського навантаження. Краудсорсинг дає значні переваги, вимагає менше часу, ніж традиційні процеси роздумів, і може звільнити людей зосереджуватися на інших більш захоплюючих речах.

3. Швидке розв’язання проблем. Оскільки у процесі бере участь велика група людей, компанія може отримати геніальну ідею в значно коротший термін. В деяких галузях це може відіграти значну роль.

4. Несподівані рішення складних проблем. Часто генії-новатори кидають виклик традиційному мисленню і запрошують до співпраці експертів з поза-бізнесу, аби по-новому подивитися на розв’язання проблеми.

5. Здійснення маркетингового шуму. Використовуючи залучення споживачів своїми різноманітними акціями, компанія може отримати величезну кількість віддачі в соціальних мережах та в засобах масової інформації.

6. Економія на фінансових ресурсах. Велику кількість бажаючих долучитися до проекту може не цікавити грошова винагорода, їм достатньо бути причасними до чогось важливого, що принесе користь суспільству.

Отже, звертаючись до великої групи людей за ідеями та рішеннями, краудтехнології можуть принести багато переваг внутрішнім процесам організації. Компанії можуть не тільки отримати доступ до чудових ідей, але й стимулювати маркетинговий резонанс та залучати своїх клієнтів. Однак потрібно пам’ятати, що краудтехнології не вирішать всі проблеми, і їх потрібно застосовувати в парі з чіткою стратегією та вмільм управлінням.

Бібліографічні посилання

1. Ел Джей Річ. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_uk

2. Крауд-маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lanet.click/seo/crowd-marketing>

3. Краудфандинг: сутність, стан та особливості діяльності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesslaw.org.ua/craundfunding-v-ukraini-t/>

Ковтун Є.С.

студент групи 076-19-3 ФМ

Шаповал В.А.

доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЄКТАМИ В СФЕРІ NFT-АКТИВІВ

Створення та торгівля віртуальними активами відкриває нові ділові можливості для підприємців та інвесторів. Одним з таких активів є NFT (non-fungible token) – невзаємозамінний токен, створений на блокчейні – розподіленій базі даних, яка зберігає ланцюжки інформації. Маркери NFT є унікальними та існують в одному екземплярі, тобто NFT – це облікові дані, які підтверджують оригінальність того чи іншого предмета. Тема NFT

набирає популярності в діловому діджиталізованому світі, оскільки пропонує нові способи створення джерел доходів та підвищення прибутковості бізнесу.

Серед основних напрямків комерційного використання NFT є ігрова індустрія та предмети колекціонування, які значно переважають спортивну індустрію, Метавсесвіт, мистецтво та інші галузі [1]. *Ігри*. Гравці, отримавши завдяки NFT повний контроль над своїм ігровим інвентарем (персонажі, обладнання тощо), можуть продавати та купувати за реальні гроші окремі одиниці, які є унікальними, становлять цінність для інших гравців. Це розширює можливості ігрової економіки та визначає привабливість інвестицій в гравців ігри. Розробники ігор можуть створювати унікальні предмети та персонажі, які можна продавати як NFT. Однак, варто враховувати деякі потенційні проблеми. Проте, значна кількість NFT в іграх може призвести до перенасиченості ринку та знецінення цін на предмети. *Мистецтво*. Художники та дизайнери можуть використовувати технологію NFT для створення та продажу унікальних цифрових об'єктів, таких як аватари, фони, картини тощо [2]. Це дозволяє авторам та колекціонерам володіти й торгувати ексклюзивними графічними активами у цифровому середовищі. *Нерухомість*. Технологію NFT можна застосовувати й у галузі нерухомості: власники можуть передавати право власності через технологію NFT, а не через традиційну процедуру із залученням паперових документів і посередників. Цей процес може підвищити ефективність, швидкість угод. Крім того, NFT можна використовувати для створення інвестиційних фондів, пов'язаних з нерухомістю: власники можуть випускати NFT, які представляють відсоток володіння нерухомістю, а інвестори можуть купувати ці токени за частку доходу від нерухомості [3]. *Події*. Технологію NFT можна використовувати для надання доступу до певних місць чи подій. Наприклад, власники закладів можуть продавати NFT, які надають доступ до певних приміщень, таких як клуби, концертні зали чи музеї [4]. Наведені приклади галузевого застосування NFT не є повним вичерпним переліком – технологія NFT може бути поширена на всі сфери життєдіяльності людини, де є необхідність ідентифікації унікальності об'єкту та прав.

Управління бізнес-проектами в сфері NFT вимагає наявності як загальновідомих компетентностей бізнес-планування, так й спеціальних компетентностей, пов'язаних з обігом віртуальних активів. *По-перше*, важливо оцінити платформи та ринки, де відбувається торгівля NFT. Популярні платформи, такі як OpenSea, Rarible, Magic Eden, SuperRare та інші, можуть мати вплив на доступність, ліквідність та цінову динаміку NFT. Кожна з платформ має свої особливості. OpenSea має велику кількість активних користувачів і високу ліквідність, що означає, що різні NFT постійно доступні для купівлі та продажу на платформі. Він також підтримує інтеграцію з різними блокчейнами (Ethereum, Polygon та інші), що розширює можливості для торгівлі та використання NFT. OpenSea надає користувачам розширені функції, такі як створення власних NFT, проведення аукціонів, керування цифровими активами тощо. Magic Eden – майданчик на блокчейні Solana дозволяє трейдерам купувати, продавати, створювати та керувати NFT. Magic Eden Launchpad є компонентом торгового майданчика, призначений для створення нових NFT. Для цієї платформи характерні низькі комісії, зручність та функціональність. Однією з ключових переваг Magic Eden є його швидкість: блокчейн Solana може обробляти понад 65000 транзакцій за секунду, що рази швидше за інші популярні блокчейни [5]. Rarible – це відкрита децентралізована платформа, яка дозволяє користувачам створювати та продавати NFT безпосередньо на платформі, що робить її дуже доступною для підприємців, творців та інших користувачів, які хочуть поширювати свої цифрові активи. На платформі Rarible користувачі можуть переглядати та купувати цифрові активи, забезпечені Ethereum, від різних постачальників, включаючи Rarible, OpenSea, LooksRare, X2Y2 та Sudoswap. Rarible 2 пропонує ряд нових функцій, таких як можливість для користувачів додавати кілька NFT до «сумки для покупок», яка функціонує аналогічно кошику Amazon, дозволяючи користувачам купувати кілька цифрових активів одночасно, значно знижуючи пов'язані з цим транзакційні витрати [6]. Отже, розуміння технології та функціонал NFT-маркеплейсів в динаміці їх оновлень є важливою компетентністю авторів та трейдерів NFT-активу. *По-друге*, іншим специфічним аспектом

NFT-бізнесу є відмінність регуляторної політики в різних країнах світу в питанні пропозиції та обігу віртуальних активів. Уряди країн поступово розглядають питання стандартизації (прозорість власності та безпеку, сприяє сумісності між операторами NFT), оподаткування купівлі-продажу та обміну NFT, правового захисту NFT, що визначатиме комплекс підприємницьких ризиків NFT-проектів. Правила оподаткування можуть відрізнятись залежно від юрисдикції, тому важливо розуміти, як це може вплинути на бізнес [7]. Отже, є важливим постійний поглиблений інтерес учасників NFT-проектів до законодавчого регулювання сфери віртуальних активів та обговорення таких змін в експертному діловому середовищі.

Таким чином, NFT дозволяє створювати нові споживчі цінності для суспільства, що відкриває можливості ініціації та розвитку бізнесів, проте, вимагає оновлення професійних компетентностей підприємців та інших учасників NFT-проектів.

Бібліографічні посилання

1. Полякова А. NFT-хайп, або Як продати JPG-файл за мільйони доларів. 23.03.2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/03/23/672213/>
2. Gian M. Volpicelli. NFTs Boom as Collectors Shell Out to 'Own' Digital Art. *Blockchain And Cryptocurrency*. 27.02.2021. URL: <https://www.wired.com/story/nfts-boom-collectors-shell-out-crypto/>
3. Рокицька Ю. Metropoly: перша NFT-платформа для ринку нерухомості. 12.05.2023. URL: <https://gagarin.news/ua/news/metropoly-the-first-ever-nft-platform-for-property-market/>
4. Ексклюзивна NFT-колекція від Харківського художнього музею. 13.10.2022. URL: <https://www.binance.com/uk-UA/blog/all/ексклюзивна-nftколекція-від-харківського-художнього-музею-3328977733629049205>
5. Що таке Solana і як на цьому можна заробити. 25.07.2022. URL: <https://minfin.com.ua/ua/invest/articles/shcho-take-solana/>
6. Rarible Transitions to Aggregated NFT Marketplace And Introduces New RARI Token Locking And Rewards Program. 21.10.2022. URL: <https://cryptocoinstart.com/blog/2022/10/21/rarible-transitions-to-aggregated-nft-marketplace-and-introduces-new-rari-token-locking-and-rewards-program/>
7. Клян А., Селівакін І. NFT в Україні: технологія та правове регулювання. 20.01.2023. URL: <https://eba.com.ua/nft-v-ukrayini-tehnologiya-ta-pravove-regulyuvannya/>

Копішинська Олена Петрівна

професор кафедри інформаційних систем та технологій, к. ф.-м. н., доцент

Канцібер Дмитро Сергійович

Здобувач вищої освіти СВО Магістр

Полтавський державний аграрний університет

СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТА ЗРУЧНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Важливість управління проектами в бізнес-компаніях, організаціях важко переоцінити. Коли управління ведеться правильно, це допомагає кожній частині бізнесу працювати більш якісно. Це дозволяє команді зосередитися на важливій роботі, не відволікаючись від завдань, які збиваються з плану, або бюджетів, які виходять з-під контролю. Зрештою, це дає їм змогу досягати результатів, які фактично впливають на прибутки бізнесу. Співробітники мають можливість побачити, як їх робота сприяє досягненню стратегічних цілей компанії.

Інформаційна підтримка управління проектами є важливою складовою успішної реалізації будь-якого проекту, зокрема IT-проектів. Одним із головних видів інформаційної

підтримки реалізації проєктів є системи управління проєктами (СУП). Це спеціалізовані інформаційні системи, які дозволяють планувати, контролювати та відстежувати прогрес виконання завдань, планування ресурсів та бюджету проєкту, забезпечують ефективну комунікацію між учасниками проєкту, дозволяють реалізувати проєкт у визначені терміни та в межах бюджету.

Згідно аналітичних досліджень, найпопулярнішими системами управління проєктами у 2023 р. є Jira і Microsoft Project. Менш популярними є: Asana, Trello, Smartsheet (рисунок 1).



Рис. 1 – Статистика використання систем управління проєктами станом на 2023 рік (за матеріалами [1])

Важливими показниками при виборі системи управління проєктами є повнота функціоналу та простота у використанні. Кожна СУП за замовченням надає користувачам можливість створювати та редагувати проєкт, календар, а також його наповнення (задачі, розподіл обов'язків тощо). Окрім цього, майже в кожній СУП наявна діаграма Ганта. Але окрім цих «базових» функцій, кожна система може виділятися особливим функціоналом, якого немає у конкурентів. Також, СУП відрізняються між собою за складністю та зручністю інтерфейсу для користувачів. Для визначення функціональних особливостей та критеріїв вибору таких систем необхідно провести детальний аналіз кожної з них (таблиця 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз особливостей функціональних можливостей та складності використання найпопулярніших систем управління проєктами

Назва СУП	Особливості функціональних можливостей	Складність використання
Jira	Окрім стандартних можливостей, Jira також має додатково: створення backlog, розробка roadmap, розподілення і коментування задач, аналіз продуктивності співробітників, легко розширюється і впроваджується з другими системами	Jira доволі складна СУП через велику кількість вбудованих функцій
Microsoft Project	Створення та управління зв'язками між задачами, управління ресурсами, можливість встановлення віх та критичних задач, управління вартістю та бюджетом, формування різних звітів, діаграма Ганта, налаштування різних календарів і варіантів представлення проєктів. Це найбільш комплексна СУП із представлених	MS Project може бути дещо складним для людей, які раніше не працювали з подібним ПЗ, через велику кількість функцій
Asana	Виділяється системою структурування проєкту шляхом розбиття на папки та розділи. Можлива інтеграція з іншими сервісами (Dropbox, Google Drive, Adobe Creative Cloud). Із мінусів - можливість призначення лише одного виконавця задачі, відсутність планування ресурсів, діаграми Ганта.	Asana має зручний інтерфейс та просту систему навігації, що дозволяє швидко освоювати її

Trello	Створення дошок для проєктів та розподілення карток за списками (lists) відповідно до етапів виконання, створення карток з описом завдань та відповідальними за їх виконання користувачами. Відсутня діаграма Ганта за замовчування (необхідно встановлювати плагін)	Trello має дружній до користувача інтерфейс і буде зрозумілим навіть для людей, які раніше не працювали в системі управління проєктами
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Джерело: за матеріалами [2]

Відповідно до даних табл. 1 можемо зробити висновок, що з розглянутих систем управління проєктами кожна має свої переваги та недоліки. Jira та MS Project є досить потужними та функціональними системами, які дозволяють детально планувати та контролювати проєкти, але вони можуть бути складними для оволодіння та вимагати більше часу для їх використання. Висока популярність є цілком обґрунтованою. Підійдуть для складних проєктів за каскадною моделлю.

Asana та Trello мають менше функціональності (відсутні деякі «базові» функції), але вони є простішими у використанні та можуть бути швидко освоєні. Asana та Trello базуються на дошках та картках, що дозволяє організовувати проєкти у вигляді зручних та простих списків завдань. Є зручними для управління за методологією Agile, для невеликих команд.

Оскільки вибір системи управління проєктами залежить від потреб конкретного проєкту та команди, важливо попередньо ретельно проаналізувати можливості та вимоги, щоб визначити, яка система буде найбільш ефективною для його управління.

Бібліографічні посилання

1. Project Management Statistics. URL: <https://99firms.com/blog/project-management-statistics/#gref/> (дата звернення: 11.05.2023).

2. [Project Management Tools Comparison: Jira vs. Trello vs. MS Project vs. Basecamp vs. Asana vs. Wrike](https://www.toptal.com/project-managers/digital/project-management-software). URL: <https://www.toptal.com/project-managers/digital/project-management-software> (дата звернення: 11.05.2023).

Пилипенко Вячеслав Валентинович

професор кафедри економіки та підприємництва, к.е.н., професор

Сумський національний університет

ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ: МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЧИ ІННОВАЦІЇ?

Вже загальноприйнятим фактом є твердження про те, що зростання продуктивності праці має випереджати зростання оплати праці. В економічній енциклопедії продуктивність праці визначається як ефективність виробничої діяльності у створенні матеріальних благ та послуг та вимірюється кількістю продукції або послуг, що виробляються працівником за одиницю часу [1].

Праця має два аспекти: як процес цілеспрямованої діяльності зі створення благ, і як витрати людських ресурсів, які можуть бути приблизно виміряні витраченою енергією. Показник продуктивності праці визначається як добуток ефективності праці на його інтенсивність, де інтенсивність праці визначається кількістю витраченої енергії за одиницю часу.

$$\text{ПП} = \text{Ефективність праці} \cdot \text{інтенсивність праці}$$

Проте, точний вимір ефективності праці та її інтенсивності є складним завданням.

Для підвищення ефективності праці необхідно враховувати фактори, на які працівник не може вплинути, такі як капіталоозброєність праці, рівень науково-технічного прогресу та існуючі технології виробництва. Отже, системи оплати праці практично не впливають на

ефективність праці, хоча рівень освіти та кваліфікації можуть вплинути в деяких сферах діяльності. У галузях матеріального виробництва стимулююча роль оплати праці впливає лише на інтенсивність продуктивності праці.

При аналізі зв'язку між оплатою праці та продуктивністю важливо враховувати рівень, на якому проводиться аналіз. На макрорівні показники ВВП та реальної заробітної плати можуть використовуватись для порівняння темпів зростання продуктивності праці. Однак на мікрорівні орієнтація на показник продуктивності праці може призвести до хибних висновків.

Чи можна стверджувати, що оплата праці залежить від рівня продуктивності праці? Якщо ми говоримо про продуктивність праці на рівні суспільства, це означає розмір національного доходу на одного працівника. Якщо йдеться про мікрорівень, то продуктивність праці залежить від створеної вартості на одиницю витраченої енергії.

Чи впливає оплата праці на продуктивність праці? Якщо ми говоримо, що різні системи оплати праці можуть призвести до підвищення продуктивності, це неправильно. Ці системи, швидше за все, спрямовані на підвищення інтенсивності праці. Однак, якщо оплата праці стає стимулом для підвищення кваліфікації та професійної майстерності працівника, то в цьому випадку вплив на продуктивність праці буде. У той самий час, за умови максимальної автоматизації технологічного процесу вплив зарплати на продуктивність праці практично відсутній. Щоб підвищити продуктивність праці, необхідно впроваджувати науково-технічні досягнення у виробництві.

Людина є генератором нових знань, тому інвестиції у розвиток людини стають сьогодні найвигіднішими. Однак це не ті люди, які є безпосередніми виконавцями технологічного процесу. Це інженери, конструктори, генетики, хіміки та менеджери, які генерують нові знання та використовують їх у виробництві, технологіях та навчанні співробітників. У розвинених країнах оплата праці цих категорій персоналу є значно вище, ніж у представників «робітничих» професій. Саме тому в країнах Заходу відбувається різка зміна структури економіки на користь наукомістких галузей.

Україна знайде своє місце у світі, якщо зрозуміє, що джерелом добробуту є лише знання.

Бібліографічні посилання

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2002. 952с.

Дервіш Дмитро Сергійович, магістрант

Будякова Олена Юрївна

доцент кафедри смарт-економіки, к.е.н.,

Київський національний університет технологій та дизайну

ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ

Венчурне (англ. *venture*, пов'язаний з ризиком) фінансування відіграє досить важливу роль в інноваційному розвитку світової економіки, оскільки є потужним інструментом реалізації найсміливіших ідей науково-технічної творчості. Так, венчурні інвестиції сприяли виникненню таких гігантів, як Microsoft, Intel, Apple, Lotus. Головною особливістю або унікальною рисою венчурного бізнесу є можливість надавати фінансування стартапам, у яких немає ні великих коштів, ні ліквідних заставних активів, ні сталої позиції на ринку, є тільки перспективна розробка або патент. В цій ситуації традиційний, консервативний капітал з його жорсткими вимогами до ліквідності та кредитоспроможності є майже недоступний для молодій інноваційній компанії, і чи не єдиним шансом на успіх для стартапів є венчурне фінансування.

В умовах військової агресії РФ та економічних перетворень актуалізується роль системи венчурного фінансування, яка є вагомим передумовою прискорення темпів

економічного зростання, переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку економіки та підвищення її конкурентоспроможності. Для дієвості венчурного фінансування важливим є розвиток венчурних фондів. Визначення дієвих напрямів венчурного фінансування та створення сприятливих умов для залучення інвестицій в бізнес-проекти та стартапи забезпечать розвиток високотехнологічного виробництва. Здійснення обґрунтованої оцінки інвестиційної привабливості бізнес-проектів та стартапів сприятиме реалізації дієвої інноваційної політики у сфері венчурного капіталу. Разом з тим, важливим є перетворення венчурного фінансування в ефективний інструмент стимулювання інноваційних процесів, створення інституційних умов для розвитку системи венчурного фінансування інноваційної діяльності, удосконалення інфраструктури венчурної діяльності та структури венчурного капіталу.

Активізація інноваційної діяльності потребує дієвого використання інвестиційного потенціалу країни, розвиток системи державної фінансової підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності. Вагомим є визначення напрямів розвитку системи венчурного фінансування враховуючи провідний досвід країн з розвинутою та трансформаційною економікою; взаємоузгодження цілей органів державного управління, спрямованих на розвиток та впровадження нових технологій з цілями інвесторів, зацікавлених в ефективності інвестування [1].

З макроекономічної точки зору налагодження в країні системи венчурного фінансування має важливий вплив на економіку взагалі, а саме:

- сприяє економічному росту держави, внаслідок високих темпів зростання інноваційних компаній;
- підвищує зайнятість населення в високотехнологічних галузях;
- створює умови для підвищення конкурентоспроможності країни на зовнішніх ринках;
- стимулює розвиток внутрішнього ринку інноваційної продукції та інноваційного підприємництва;
- створює підґрунтя для розвитку нових галузей економіки;
- підвищує інвестиційну привабливість як для зовнішніх, так і для внутрішніх інвесторів;
- закладає основи для розвитку енергоефективності та екологічності виробництва;
- підвищує загальний рівень інноваційного менеджменту шляхом накопичення та передання досвіду між учасниками венчурного бізнесу.

Запорукою успішного розвитку будь-якої держави є наявність інновацій, які здатні спростити та полегшити життя як окремого індивіда, так і суспільства загалом. Першоосовою інновацій виступає ідея, яка за певних умов здатна перетворитися на затребуваний ринком продукт. А одним із чинників такої трансформації є фінансове забезпечення реалізації ідеї. Тому особливої актуальності набувають питання, пов'язані з пошуком та залученням фінансових ресурсів для підтримки та розвитку креативних і, поруч з тим, ризикових бізнес структур – стартапів, особливо зважаючи на стрімке зростання чисельності українських стартапів та їх затребуваність [2].

Батьківщиною венчурного фінансування є Сполучені Штати Америки, цей вид інвестиційної діяльності з'явився там на початку 60-х років 20 сторіччя. Проте вже через 20 років обсяг венчурного фінансування в США складав один мільярд доларів. Ринок ризикового фінансування стрімко продовжував розвиватись і наприкінці 90-х років США і Європа переживають справжній венчурний бум. В значній мірі завдяки таким колосальним фінансовим вливанням і виникає економіка інформаційних технологій та біотехнологій. Проте, історія циклічна і після стрімкого злету розпочався етап спаду, пов'язаний з крахом деяких високотехнологічних компаній та падінням відповідних фондових індексів у 2000-2002 роках. Згодом ситуація стабілізувалась і ринок венчурного фінансування став знову зростати, проте помірно і обережно.

У 2020 році американські компанії підняли \$130 млрд венчурного капіталу. В Україну такі інвестиції пробралися на зламі 2010-х. Десятиліття по тому це вже індустрія. У першому

«Списку Мідаса» (все, чого торкався легендарний цар, як відомо, перетворювалося на золото) Forbes зібрав найактивніші венчурні фонди, засновані українцями або сфокусовані на інвестиціях в українські ІТ [3].

Українське податкове законодавство практично звільняє інвестиційні фонди від оплати податку на прибуток та податку на додану вартість. Венчурні фонди можуть надавати позики підприємствам, активами яких вони володіють. Це дозволяє ефективно перерозподіляти фінансові потоки всередині бізнес – груп, без необхідності створення штучних заборгованостей між підприємствами групи.

Зазвичай венчурний інвестор вкладає кошти в стартапи або швидко зростаючі інноваційні компанії. При цьому досить важливим критерієм для такого інвестора є те, що проект повинен бути апріорі надприбутковим. Адже з 10 ризикових проектів реалізується на більше трьох, тому і ставка прибутку як слід становить 25-30% річних, що дає змогу компенсувати витрати на провальні проекти. Стисло схема венчурного фінансування виглядає наступним чином. Венчурний інвестор обирає стартап, темпи зростання якого в декілька разів перевищують середні по економіці. Цей стартап отримує фінансування в обмін на частку в статутному капіталі або пакет акцій. Венчурний підприємець виконує функцію посередника між деякою групою інвесторів і стартапом. При цьому венчурна компанія (фонд), окрім вибору власне об'єкта інвестування, бере активну участь у роботі підприємства яке отримало фінансування, всіляко спряючи зростанню бізнесу. В цьому власне і полягає одна з головних рис венчурного бізнесу, адже ризиковий інвестор – це не пасивний спостерігач, а активний учасник бізнесу.

Таким чином, завдяки командним зусиллям венчурної компанії і стартапу вдається знизити ризики, що супроводжують високотехнологічний бізнес.

Бібліографічні посилання

1. Дервіш Д.С., Будякова О.Ю. Фінансування бізнес-проектів та стартапів венчурними фондами. *Іноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*: Матеріали III Всеукр. конф. (17.11.2022 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2022. Т. 2. С. 105-112.
2. Dub, Andrii & Khlopetska, M.-S. (2016). Фінансування стартапів та можливості їх залучення в Україні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України* (socio-economic problems of the modern period of Ukraine). 1 (117). 87-92.
3. Журнал Форбз 2021. Венчурні фонди. <https://forbes.ua/ratings/10-venchurnikh-fondiv-09042021-1321>

Шарко Віталій Вікторович

доцент, д-р, екон., наук, доцент

Павлишина Світлана Віталіївна

здобувач освітнього ступеня «бакалавр»

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТПЛЕЙСІВ В УМОВАХ ВОЄНОГО СТАНУ

Активізація маркетплейсів останні декілька років була обумовлена низкою причин. Зокрема, за дев'ять місяців повномасштабного вторгнення росії, український бізнес зазнав втрат в рази більше, аніж за два роки пандемії [1]. Через те, у вітчизняному ритейлі спостерігається накопичення досвіду щодо організації торговельного сервісу, такого як «маркет-плейс». При цьому активізувалось використання програмного забезпечення та логістики, підвищився рівень цифрової грамотності споживачів та продавців.

За підтримки Міністерства цифрової трансформації України створено безліч платформ та маркетплейсів, які полегшують ведення підприємницької діяльності в багатьох її аспектах. Оцінивши нові можливості для розвитку українського бізнесу, можна визначити, що

підприємці отримали багато привілей для того, щоб розпочати нову діяльність або ж покращувати вже існуючу.

Маркетплейс визначається, як платформа для електронної комерції, де свої товари одночасно продають різні підприємства. Його також називають «біржею» або «хабом» [2]. Дослідження Д. Чефії, вказують не те, що маркетплейс є формою незалежного посередництва між продавцями і покупцями, які торгують на певному майданчику [3]. Однак, маркетплейси не варто ототожнювати з прайс-агрегаторами.

Особливий інтерес до роботи маркетплейсів було виявлено на тлі пандемії COVID-19. Вплив пандемії на розвиток електронної торгівлі взагалі та маркетплейсів (e-marketplace) зокрема, було проаналізовано у роботах X. Gao, X. Shi, H. Guo, Y. Liu [4].

Як продавці (селери, вендори), так і покупці отримують можливість використовувати ефективно розвинену інфраструктуру маркетплейсу. Продавці пропонують свій товар максимально широкому колу споживачів, а споживачі у свою чергу, отримують такий же широкий асортимент товарів на одному майданчику. Практично кожен потенційний покупець може протягом декількох хвилин, перебуваючи в мережі, порівняти ціни у різних продавців і зробити свій вибір, що базується на представленій інформації про товар.

В умовах війни відбувається переорієнтація потреб покупців, їхніх вимог до умов оплати та доставки товарів. У перший місяць війни спостерігалось призупинення продажу товарів онлайн, зокрема й на маркетплейсах. За цей час бізнес оцінював ризики, прораховував втрати і планував можливість продовження функціонування в нових умовах.

Інтернет-середовище забезпечило наявність особливого типу товарів – цифрових, які мають фізичну форму, але представлені на платформах як файли. Цей тип товарів зумовлює особливості організації дистрибуційного каналу (табл.).

Таблиця

Характеристика дистрибуційних каналів

Назва каналу	Коротка характеристика
Інтернет-магазин як посередник у каналі нульового рівня	досить популярна стратегія дистрибуції в Інтернет-мережі. Виробник може здійснювати максимальний контроль, принаймні в частині інформаційного подання товару покупцям (сайт, який обслуговує сам виробник)
Інтернет-магазин як посередник у каналі першого рівня (один проміжний посередник)	стратегія, яка може бути реалізована різними шляхами (зокрема через традиційні інтернет-магазини). Виробник укладає договір із роздрібним онлайн-торгівцем щодо продажу його продукції.
Сайт-товарний агрегатор (маркетплейс)	посередник у каналі першого рівня (один проміжний посередник). Виробник може відразу використати майданчик маркетплейсу в якості свого торгового представництва, створивши на сторінках даного ресурсу свій розділ із товарною пропозицією.
Сайт-товарний агрегатор (маркетплейс)	як посередник у каналі другого рівня (два проміжні посередники). Здатність використовувати маркетплейс для підвищення поінформованості покупців про свій магазин та збільшення продажів товарів за рахунок інтернет-магазину.
Партнерські сайти як інформаційно-комунікаційні партнери	стратегія, в рамках якої виробником, ретейлером або маркет-плейсом залучаються партнерські сайти. Однією з форм, що поширені в інтернет-торгівлі, і в тому числі при торгівлі цифровими товарами, є так звані «партнерські програми».

Таким чином, розвиток Інтернет-мережі та сучасних інформаційних технологій, поява й активне застосування мобільних пристроїв (ноутбуки, планшети, смартфони) сприяли

розширенню можливостей взаємодії в режимі онлайн між продавцями і споживачами товарів та послуг завдяки швидкості, простоті й індивідуальному характеру обслуговування. Результатом стали суттєві структурні зміни у складі роздрібно-торговельної мережі, технології процесу продажу товарів та надання послуг, зумовивши активну діяльність онлайн-торговців і поширення ними нових бізнес-моделей, однією з яких є маркетплейси (e-marketplaces).

Електронні торгові майданчики несуть у собі великий потенціал для розвитку цифрових технологій у торгівлі. Інновації, що забезпечуються потужними ресурсними можливостями маркетплейсів, що з'являються у сфері ритейлу, у сфері різних цифрових послуг населенню, можуть трансформуватися на споживчий ринок продуктів харчування та непродовольчих товарів. Це, у свою чергу, дозволить більш повно та багатогранно задовольняти потреби споживачів на якісні різноманітні товари, а отже, сприятиме підвищенню якості життя громадян.

Бібліографічні посилання

1. Як працюють торговельні мережі в умовах воєнного стану? URL: <https://glavred.net/ukraine/atb-silpo-novus-kak-rabotayut-torgovye-seti-v-usloviyah-voennogo-polozheniya-10349075.html>
2. Akhmedi H., Pratolo S. Online marketing of food products through marketplace platform: A study of community based online marketplace of BEDUKMUTU. Paper presented at the E3S Web of Conferences, 2021. 232. Retrieved from www.scopus.com
3. Chaffey D. E-business and e-commerce management: strategy, implementation and practice. Harlow, England: FT Prentice Hall, 2009.
4. Gao X., Shi X., Guo H., Liu Y. To buy or not buy food online: The impact of the COVID-19 epidemic on the adoption of e-commerce in China. PLoS ONE. 2020. № 15 (8 August).

Колесник Р.Д.

студентка групи 073м-22-4 ФМ

Шаповал В.А.

доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

САБАТІКАЛ ТА ДАУНШИФТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ПРОЄКТНОЇ КОМАНДИ

Для розвитку проєктної команди важлива вмотивованість її учасників. Втрата мотивації супроводжується фізичною втомою та психологічним дискомфортом, що не завжди можна подолати традиційними заходами відновлення. Одним із варіантів вирішення цієї проблеми є застосування практики сабатікалу та/або дауншифтингу. Сабатікал та дауншифтинг за своїм змістом є схожими, але не тотожними поняттями. Якщо сабатікал – це тривала творча відпустка від кількох місяців до року, то дауншифтинг – це стиль та філософія життя людини, яка, на противагу економічним успіхам, підвищує пріоритет балансу вільного часу та роботи, самореалізації та стосункам. Дауншифтинг на відмінну від сабатікалу, не обмежений в часі і може тривати як кілька місяців, так і кілька років, оскільки являє собою не просто відпустку, а певну філософію життя. Об'єднує ці поняття те, що вони мають психологічне підґрунтя. Найчастіше члени команди йдуть в сабатікал чи стають дауншифтерами, коли стикаються з емоційним вигоранням або переоцінкою цінностей.

Через те, що сабатікал та дауншифтинг є відносно новими практиками (виникли приблизно в кінці 1990-х рр.) багато підприємств з обережністю ставляться до їх впровадження. Щодо сабатікалу, то згідно з опитуванням Товариства управління людськими

ресурсами 13 % світових компаній пропонують неоплачуваний сабатікал, а лише 5 % — оплачуваний [1]. Відсоток людей, які обирають дауншифтинг залежить від їх місця проживання. За результатами дослідження Australia Institute, в США дауншифтерами є або хоче стати 30 % населення, в Австралії — 23 %, а в Європі — 11-12 % [2]. В Україні дауншифтинг мало поширений через низький рівень доходів населення. Зважаючи на наведені дані постає питання про доцільність застосування сабатікалу та дауншифтингу як інструментів розвитку проєктної команди. На нашу думку, це доцільно робити через низку причин. Найперше це те, що емоційно вигорілий член команди не зможе працювати з такою ефективністю як раніше. Він може продовжувати спроби перевершити минулі здобутки, але це буде для нього тягарем. Java Software Engineer харківського офісу EPAM Богдан Рибалка, розповідаючи про те чому він обрав для себе сабатікал зазначає: «Більше не хотілось займатися задачами, які запалювали раніше. І ось тут треба було пригальмувати, але я надіявся, що це тимчасово і все стане як раніше, знову буде комфортно і цікаво. Я продовжував виконувати завдання, не отримуючи від процесу задоволення» [3]. Маючи в команді такого працівника, доцільніше дати йому відпочинок аби він не стримував її розвиток.

Ще одним аргументом є те, що після сабатікалу чи дауншифтингу член команди може повернутися не лише із новими силами, але й з новим досвідом. Зокрема сабатікал передбачає навчання новому, подорожі, створення власних проєктів. Цей досвід може допомогти співробітнику змінити підхід до багатьох речей, навіть до роботи чи професії. Зміною підходу до роботи після сабатікалу поділився QA-інженер Ярослав Кабаший: «У березні цього року я знову почав відчувати втому, розповів менеджеру все, що є, і ми разом знайшли рішення. Компанія наняла окремого людини, який займається мануальними завданнями, а я — автоматизацією» [3]. За допомогою комунікації з менеджером, чого раніше він не робив, йому вдалось не допустити емоційне вигорання знову.

Застосування практики сабатікалу спрямоване не лише на здобуття нового досвіду, але й нових знань та саморозвиток. Часто члени команди під час довготривалої відпустки проходять різні курси за професією чи відкривають для себе нові напрямки діяльності. Здобувши нові знання, працівник може застосувати їх у своїй роботі, що вплине на ефективність не лише його діяльності, а й проєктної команди загалом. Домбровський В., директор з організаційного розвитку CPSC, під час сабатікалу «... пройшов два онлайн-курси: «Управління персоналом на основі стратегії бізнесу» і «Psychological First Aid». Мені подобається працювати з людьми, тому був інтерес до HR-напрямку та психології» [3]. Суттєвою перевагою дауншифтингу та сабатікалу є те, що під час їх проходження член команди має можливість суттєво налагодити своє фізичне та психологічне здоров'я. Через постійну фізичну втому працівник може постійно хворіти та перебувати на лікарняному. А через психологічне виснаження провокувати конфлікти в команді. Що перше, що друге негативно позначається на ефективності діяльності, тому може мати місце робота працівника з психотерапевтом під час сабатікалу [3].

Ще одним пунктом, який частково можна назвати перевагою сабатікалу та дауншифтингу це те, що співробітник може зрозуміти, що не хоче працювати у компанії чи за певною професією в цій компанії і прийняти рішення або піти з компанії або перейти на іншу посаду. Якщо говорити про дауншифтинг, то найчастіше члени команди йдуть з компанії, бо втомлюються від занадто швидкого ритму життя і обирають філософію «життя для себе», оскільки їх більше не мотивує матеріальна нагорода. Щодо сабатікалу, то найчастішою причиною звільнення є те, що працівник знайшов себе в іншій сфері. Наприклад, UX-дизайнер Олександра перед початком сабатікалу звільнилась з компанії де працювала для того, щоб «... експериментувати з проєктами, які суміжні з UX і продуктивним дизайном, вчитися і пробувати нове» [3]. Якщо член команди відчуває, що більше нічого не може дати їй або йому вже не цікаво працювати над певним проєктом, то взяти нового працівника буде найкращим рішенням для подальшого розвитку цієї команди.

Ті, хто обирає сабатікал чи стає дауншифтером неодмінно має змінювати місце свого перебування та проходити адаптацію. Особливо це стосується сабатікалу, адже його

неодмінною частиною є подорожі. Навички постійної адаптації стануть в нагоді після звершення довготривалої відпустки, адже співробітнику буде простіше повернутися до роботи та пристосуватися до змін пов'язаних із нею. Щодо цього, то JavaScript-розробник Віталій Косач зауважує, що після сабатікалу «... перші тижні було важко їздити в офіс та знову проводити по вісім годин за робочим столом. Але, зрештою, мозок адаптувався» [3]. Для невідготовлених людей адаптація могла зайняти кілька місяців, а не тижнів.

Сабатікал і дауншифтинг мають свої ризики, тому треба бути обережним відпускаючи працівника на довгий термін. Тому перед цим необхідно поспілкуватися і дізнатися які плани має працівник на свою відпустку та на який термін він її бере. Адже якщо член команди максимум через рік не повернеться до роботи, то навряд чи повернеться пізніше.

Отже, сабатікал та дауншифтинг є потужними інструментами розвитку проєктної команди. Основними перевагами їх застосування є фізичне та моральне відновлення, набуття нового досвіду та саморозвиток працівників. Таке відновлення є запорукою того, що співробітник після нього буде працювати ефективніше і його особистий успіх буде впливати на успіх команди. Та все ж потрібно зважати і на ризики сабатікалу/дауншифтингу, щоб прийняти рішення про те чи застосовувати ці практики у своїй компанії.

Бібліографічні посилання

1. [Employee Benefits, 2015. Society for Human Resource Management. URL: https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/research-and-surveys/Documents/2015-Employee-Benefits.pdf](https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/research-and-surveys/Documents/2015-Employee-Benefits.pdf) (дата звернення 12.05.2023).
2. The Australia Institute. Downshifting in Britain. A sea-change in the pursuit of happiness URL: https://australiainstitute.org.au/wp-content/uploads/2020/12/DP58_8.pdf (дата звернення 12.05.2023).
3. Сабатікал по-українськи. 8 історій IT-спеціалістів, що відпочивали від роботи кілька місяців. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/sabbatical-ukrainian-it/> (дата звернення 12.05.2023).

*Терещенко С.І. д.е.н., професор
Загородній М. магістрант,
Сумський національний аграрний університет*

МОТИВАЦІЙНІ ЗАХОДИ, ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВ СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Середній бізнес (також називається середньомасштабне підприємництво) - це тип бізнесу, який знаходиться між малим і великим бізнесом. Зазвичай середні підприємства мають більше працівників та обсягів продажів, ніж малі підприємства, але менше, ніж великі корпорації.

Відповідно до розміру і обсягів діяльності, середні підприємства можуть мати різні форми власності: вони можуть бути приватними, державними, комунальними, кооперативними тощо. Середній бізнес грає важливу роль у створенні робочих місць, розвитку регіонів та забезпеченні економічного зростання.

Мотиваційні заходи – це спеціальні заходи, які спрямовані на підвищення мотивації працівників та їхню ефективність на робочому місці. Для забезпечення успішної діяльності підприємства необхідно забезпечувати своїх працівників мотиваційними заходами, які можуть бути матеріальними і нематеріальними.

Удосконалення системи стимулювання персоналу та підвищення ефективності праці можуть значно покращити ефективність діяльності підприємств середнього бізнесу. Основні наслідки застосування таких заходів можуть включати:

- стимулювання персоналу може збільшити мотивацію працівників, що допоможе їм працювати більш продуктивно та з більшим ентузіазмом. Це може в свою чергу позитивно

відобразитися на якості продукту або послуги, яку надає підприємство, і збільшити лояльність клієнтів.

Таблиця 1

Мотиваційні заходи для стимулювання персоналу та підвищення ефективності праці на підприємствах середнього бізнесу

Вид мотивації	Засоби її реалізації
Фінансова мотивація	це може бути збільшення зарплати, надання премій або бонусів, надання акцій, підвищення рівня соціального захисту працівників тощо
Нематеріальна мотивація	це може бути збільшення відповідальності та компетенції, надання можливості професійного розвитку, організація тренінгів, налагодження комунікації в колективі, надання можливості брати участь у різних проектах тощо
Мотивація через визнання	це може бути надання престижних звань, відзнак, грамот, надання можливості брати участь в конференціях, виставках та інших подіях
Мотивація через задоволення від роботи	це може бути створення сприятливих умов для працівників, створення приємної атмосфери на робочому місці, стимулювання ініціатив та самовираження працівників тощо
Мотивація через налагодження взаємовідносин між керівництвом і працівниками:	це може бути створення довірливих відносин, підтримка прозорості в прийнятті рішень, діалог між керівництвом і працівниками, надання можливості ділитися своїми думками, ідеями та пропозиціями тощо

*Джерело: сформовано автором

- підвищення ефективності праці може допомогти знизити витрати на оплату праці, покращення виробничих процесів та підвищення ефективності використання ресурсів.
- збільшення ефективності праці та покращення мотивації працівників можуть допомогти підприємству збільшити прибуток, що дозволить інвестувати в подальший розвиток та розширення бізнесу.
- якісний продукт або послуга та ефективна робота персоналу можуть позитивно вплинути на репутацію підприємства, збільшити довіру клієнтів та забезпечити більш високу конкурентоспроможність на ринку.
- удосконалення системи стимулювання персоналу може допомогти виявити перспективних та талановитих співробітників та залучити їх до виконання проектів та завдань.

Бібліографічні посилання

1. Прудкий В.В., Манаєнко І.М. Інноваційні підходи до управління персоналом підприємства. Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102783/97866> (дата звернення 03.01.2023)

2. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. С.23-31.

Тимошенко Любов Вікторівна

доцент, к.е.н., доцент

Філатова Анна Артемівна

студентка гр. 076м-22-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро

ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»

За час свого існування «Нова пошта» не просто набула національного масштабу і стала лідером експрес-доставки Україною. Компанія задає вектор розвитку ринку, розвиваючи цілий сектор економіки, виходить на міжнародні ринки. Лідерська позиція обумовлює природне прагнення нести добрий приклад побудови нового, відповідального українського бізнесу [1].

Історія компанії почалася у лютому 2001 р., а згодом «Нова пошта» сформувала в Україні ринок експрес-доставки. З 2016 року у компанії «Нова пошта» впроваджується стратегія сталого розвитку як практичний документ та «дорожня мапа». Кожен проєкт, який реалізується компанією, має чіткий зв'язок із місією «Легкість доставки для життя та бізнесу» та цінностями компанії (табл.1).

Таблиця 1

Цінності компанії «Нова пошта»

Клієнт	Технології	Персонал
Компанія працює, щоб зробити життя мільйонів людей кращим, доставляючи радість, піклування, любов, мрії. Компанія завжди ретельно і пунктуально виконує дані клієнтам обіцянки, реагує на будь-яку потребу	Технології дозволяють компанії мати ефективні і безпечні виробничі процеси, які вона прагне максимально автоматизувати та роботизувати. Саме технології дозволяють клієнтам отримувати найкращу якість, сервіс та оптимальні ціни. Компанія вивчає та впроваджує найсучасніші світові технології, позиціонує себе як частину нового цифрового світу	Співробітники компанії надійні, високопрофесійні, небайдужі, спрямовані вперед. Повага, чесність та відкритість – основа спілкування в компанії, а помилка – це пошук шляху до успіху. Керівник будь-якого рівня відкритий до рядового співробітника. Дисципліна і виконання зобов'язань – частина культури: точно в строк, без виключень. «Нова пошта» – це і місце самореалізації професіоналів, і компанія для старту кар'єри
Ефективність		
Лише синергія трьох цінностей Клієнт-Персонал-Технології забезпечує прибуток. Саме вона стимулює компанію до інвестицій та подальшого росту. «Нова пошта» завжди шукає найефективніший шлях до максимального результату та прагне спрощувати процеси і мінімізувати витрати, зберігаючи високу якість послуг.		

«Нова пошта» підтримує 10 принципів Глобального договору ООН з прав людини, праці, довкілля та боротьби з корупцією. Керівництво компанії [1] наголошує на прагненні зробити цей договір та його принципи частиною стратегії, культури та повсякденних операцій. Досягнення і прогрес на шляху реалізації принципів щороку узагальнюються у формі звіту, де відображаються нефінансові показники: соціальні, екологічні та управлінські. Звіт інформує акціонерів, співробітників, партнерів, суспільство та всі зацікавлені сторони про те, як компанія реалізує закладені у своїй місії та стратегії цілі економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності. Сталий розвиток компанії передбачає роботу в наступних напрямках: виконання завдань стратегії сталого розвитку; звітування зі сталого розвитку; взаємодія із зацікавленими сторонами (табл. 2).

Таблиця 2

Стейкхолдери ТОВ «Нова Пошта» та сфери взаємодії

Клієнти	Працівники	Партнери та постачальники	Суспільство	Держава	Інвестори
- сучасні сервіси; - якість послуг; - швидкість, доступність; - зворотній зв'язок; - міжнародна доставка; - фінансові послуги та безпека	- умови праці; - безпека; - навчання; - кар'єра; - нематеріальна мотивація	- розвиток; - прозорість; - ділова етика; - комплаєнс	- безпека; - гуманітарні проекти; - екологічні програми; - інновації	- податки; - звітність	- інновації; - комплаєнс

З 2019 року в компанії діє Політика застосування стандарту ISO 26000 з соціальної відповідальності, яка ґрунтується на таких ключових темах: організаційне управління; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; ділова етика; відповідальність перед клієнтами; суспільство і громади. «Нова пошта» - це соціально відповідальний бізнес. Компанія реалізує ряд проектів сталого розвитку, серед яких «Гуманітарна пошта України», «Реабілітація учасників АТО», «Подаруй нове життя пакуванню» та інші.

Компанія значно розширила соціальний проект «Гуманітарна пошта», у рамках якого ще з 2014 р. волонтери та небайдужі організації мали змогу безкоштовно відправляти допомогу армії. Тепер учасники ініціативи можуть надсилати удвічі більше безоплатних вантажів. З кінця лютого 2022 р. проект «Гуманітарна пошта» розширився і географічно: допомогу для нашої країни почали збирати від міжнародних організацій та волонтерів з усього світу. Проект дістав власну назву – Humanitarian Nova Poshta. Будь-хто може відправити допомогу на склади компанії за кордоном, а оператор все безкоштовно доставляє в Україну. 13 квітня 2022 р. «Нова пошта» оголосила про офіційну співпрацю з ООН, долучившись до Всесвітньої продовольчої програми організації. Компанія отримує харчові продукти з країн Європи, формує з них продуктові набори та доставляє їх до населених пунктів згідно з баченням ООН, насамперед, до гарячих точок України [2].

Відповідно до стратегії розвитку компанія розробила, впровадила та підтримує систему екологічного менеджменту згідно з вимогами стандарту ISO 14001:2015. На сьогоднішній день у всіх підрозділах компанії ведеться повний збір, сортування та передача на переробку картону, паперу, стрейч-плівки та поліетиленових пакетів. З метою максимального сортування вторинної сировини, у клієнтській зоні відділень встановлені комплекти (картонні контейнери), а також інформаційні плакати з рекомендаціями щодо сортування пакувальних матеріалів. «Нова Пошта» стала першою на ринку експрес-доставки компанією, яка розпочала тестування електричного автомобіля для доставок. У 2021 році компанією придбано 5 електромобілів та 107 електроскутерів.

В умовах сьогодення компанія працює над вирішенням ключових завдань у сфері боротьби з наслідками військових дій в Україні, пропагандою здорового і активного способу життя, розвитку підприємницької активності та створення гідних умов праці.

Бібліографічні посилання

1. Сталий розвиток. Звітність 2021. URL: https://novaposhta.ua/csr/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2021/
2. «Нова пошта» і війна: як змінилася робота найбільшої в Україні служби доставки (13.05.2022) URL: <https://mind.ua/video/20241311-nova-poshta-i-vijna-yak-zminilasya-robota-najbilshoyi-v-ukrayini-sluzhbi-dostavki>.

FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG DES WIEDERAUFBAUS DER UKRAINE DURCH EU ALS HERANFÜHRUNG DES LANDES AN DIE EU-MITGLIEDSCHAFT

Mit jedem Tag, an dem die russische Armee die Angriffe auf die Ukraine fortsetzt, geht die Zerstörung des Landes weiter. Jeder weitere Kriegstag an dem die Infrastruktur, öffentliche Gebäude und Privathäuser sowie Agrarflächen zerstört werden, treibt die Kosten in die Höhe. Ungeachtet auf Kriegshandlungen soll der Wiederaufbau der Ukraine unverzüglich zumindest in den Gebieten, die unter der Kontrolle der Ukrainer sind, in Gang gesetzt werden, sobald es die Sicherheitssituation verwirklichen lässt. Jede Verzögerung vermindert die Möglichkeiten der raschen Rückkehr des Landes zur Normalität und weiterhin schwächt ihn in seinen Bemühungen Krieg siegesreich zu beenden. Überall dort, wo es Zerstörungen gegeben hat und keine unmittelbaren Kampfhandlungen (mehr) stattfinden, müssen so schnell wie möglich die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass wirtschaftliches und soziales Leben wieder stattfinden kann, Geflüchtete in ihre Wohnorte zurückkehren und die Menschen sich neue und nachhaltige Lebensperspektiven aufbauen können [1]. Einige Maßnahmen können nur in sehr langfristiger Perspektive durchgesetzt werden: Allein für die vollständige Entminung des Landes werden Jahrzehnte benötigt.

Die internationale Wiederaufbauunterstützung wird in den kommenden Jahren erhebliche Finanzmittel in die Ukraine lenken. Langfristige Bedarfsschätzungen beliefen sich schon im Sommer 2022 auf 350 bis 750 Mrd. US-Dollar. Die gesamten Kosten des Wiederaufbaus unter Berücksichtigung von «Build Back Better» liegen laut einer aktuellen Schätzung der Weltbank vom Februar 2023 bei 411 Mrd. US-Dollar [2]. Bis 2027 sollen ca. 127 Mrd. US-Dollar für den Wiederaufbau schon verbraucht werden.

Die Verwaltung über den Wiederaufbau der Ukraine ist eine der kompliziertesten Aufgaben, die vor Regierung und Gemeinden gestellt wird. Dies soll auf einer breiten Unterstützung der EU gegründet werden, denn das Ausmaß der dazu notwendigen Maßnahmen ist mit dem Marshallplan zum Wiederaufbau Europas nach dem Zweiten Weltkrieg vergleichbar. Dafür sollen gegenseitige Bestrebungen des Staates (Gemeinden) und der EU-Verwaltungsstrukturen vereinigt werden.

Als „Wiederaufbau“ sind alle Maßnahmen zu betrachten, die darauf abzielen, kriegsbedingte Schäden an der physischen Infrastruktur, aber auch an politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Strukturen zu beseitigen. Dabei ist eine bloße Wiederherstellung des vorherigen Zustands weder möglich noch sinnvoll. Insbesondere vor dem Hintergrund der angestrebten EU-Mitgliedschaft muss Wiederaufbau als Teil einer zukunftsorientierten Transformation verstanden werden.

Die Chancen für nachhaltigen Frieden sind in Nachkriegsgesellschaften umso höher, je breiter die internationale Unterstützung angelegt ist. Die EU beansprucht beim Wiederaufbau des Landes eine führende Rolle zu übernehmen, nachdem sie der Ukraine 2022 eine konkrete Beitrittsperspektive eröffnet hat. Die Aussicht auf einen EU-Beitritt schafft einen gemeinsamen Zielhorizont und kann kohärente Kriterien auch für den Wiederaufbauprozess begründen. Mit Aufnahme der Ukraine in den Kreis der Beitrittskandidaten hat die Europäische Union (EU) den Wiederaufbau auch zu ihrer eigenen Aufgabe gemacht. Auch in der EU-Kommission sieht man die Notwendigkeit, schon jetzt die Eckpunkte der internationalen Bemühungen für den Wiederaufbau festzulegen – obwohl aufgrund der anhaltenden russischen Aggression noch nicht klar sei, wie viel Unterstützung das Land letztlich benötigen wird.

Die EU-Orientierung der Ukraine schafft zudem Anknüpfungspunkte für einen tatsächlich transformativen Wiederaufbau in einer ganzen Reihe wichtiger Reformfelder. Dazu zählen etwa die

Bekämpfung von Korruption im öffentlichen Sektor, die Stärkung einer unabhängigen Justiz, die Orientierung an den Nachhaltigkeitszielen des EU Green Deal in den Sektoren Verkehr, Bau und Landwirtschaft, die Stärkung und der Aufbau geeigneter staatlicher Regulierungsstrukturen oder die Einbindung in eine nachhaltige europäische Energieversorgung, unter anderem als Anbieter grünen Wasserstoffs. Auch in anderen wichtigen Sektoren ergeben sich aus der EU-Ausrichtung der Ukraine Chancen für eine Neuorientierung [1].

Nach Angaben Selenskyjs und des IWF benötigt die Ukraine pro Monat rund fünf Milliarden Dollar an externen Mitteln. Soldaten, andere Staatsbedienstete und Rentner müssen bezahlt, außerdem die Wirtschaft aufrechterhalten werden, um zumindest die Grundbedürfnisse der Menschen zu decken. Bis 31. hat die Ukraine über 157 Mrd Euro kriegsbedingt von verschiedenen Ländern der Welt bekommen (Tabelle 1). Der Großteil der finanziellen Hilfe für die Ukraine stammte aus USA und EU.

Die EU-Kommission schlägt die Implementierung einer internationalen Koordinierungsplattform vor. Diese „Ukraine Reconstruction Platform“ soll von der Kommission als Vertreterin der EU und der ukrainischen Regierung betrieben werden und weitere internationale Partner und Organisationen zusammenbringen, etwa EU-Mitgliedstaaten, andere bilaterale und multilaterale Partner sowie internationale Finanzinstitutionen.

Die EU hat für 2023 eine Makrofinanzhilfe in der Größenordnung von 18 Mrd. Euro aufgelegt. Ähnliche Summen werden von den USA und den internationalen Finanzinstitutionen erwartet. Dies bietet der Ukraine die Chance, eine zukunftsorientierte, ökologisch nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft anzustoßen, die der Wettbewerbsfähigkeit des Landes langfristig zugutekäme. Der heutige Vorschlag der EU umfasst bis zu 50 Mrd. EUR für den Zeitraum 2024 bis 2027, um der Ukraine zu helfen, der Aggression zu widerstehen, und den Wiederaufbau eines modernen, wohlhabenden Landes zu ermöglichen.

Ein besonderer Fokus soll daher neben dem Wiederaufbau der Infrastruktur, des Gesundheitswesens, von Schulen und Wohnraum vor allem den Bereichen Rechtsstaatlichkeit und Korruptionsbekämpfung gelten. Die Funktionsfähigkeit der kritischen Infrastruktur (Strom, Wasser, Kommunikationsnetze) ist jedoch von entscheidender Bedeutung für jegliche Art des Wiederaufbaus.

Investitionen sollen außerdem nur im Einklang mit der Klima-, Umwelt- und Digitalpolitik der EU und den EU-Standards erfolgen. Auf solche Weise wird es der Ukraine gelingen, nicht nur ihre Wirtschaft und Sozialwesen wiederaufzubauen, sondern sich an die EU-Standards zu bringen. Nach dem Wiederaufbau soll die Ukraine sich kaum von anderen EU-Länder nach den Eckpunkten der Verwaltung, Sozialniveaus und Wirtschaft unterscheiden. Wiederaufbauhilfe kann eine zukunftsorientierte, ökologisch nachhaltige Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft anstoßen.

Die EU-Kommission geht davon aus, dass der Bedarf „weit über die im derzeitigen mehrjährigen Finanzrahmen verfügbaren Mittel hinausgeht“. Daher würden neue Finanzierungsquellen benötigt. Die EU-Kommission nennt in ihrem Papier zusätzliche Beiträge der Mitgliedsländer, eine Überarbeitung des EU-Finanzrahmens und eine Finanzierung über Kredite. Die überwiegende Mehrheit der westlichen Staatengemeinschaft ist sich mit der ukrainischen Regierung einig, dass Russland als Aggressor an den Kosten des Wiederaufbaus beteiligt werden muss.

Tabelle 1

Militärische, finanzielle und humanitäre Unterstützung ausgewählter Länder für die Ukraine (bis 31. Mai 2023, in Mio Euro) [3]

Land	Finanzielle Unterstützung	Humanitäre Unterstützung	Militärische Unterstützung	Insgesamt
USA	24.264	3.598	42.837	70.699

EU (Kommission und Rat)	25.320	2.140	0	27.460
Vereinigtes Königreich	3.887	270	6.579	10.735
Deutschland	1.300	1.879	7.502	10.681
Japan	5.587	1.001	30	6.617
Kanada	3.418	351	1.500	5.269
Polen	927	340	3.000	4.267
Niederlande	993	587	2.484	4.063
Norwegen	887	189	1.013	2.089
Dänemark	58	260	1.569	1.887
Schweden	199	142	1.487	1.828
Frankreich	699	316	446	1.461
Italien	410	221	713	1.344
Finnland	76	23	1.115	1.213
Tschechien	0	370	565	936
Österreich	40	823	3	866
Spanien	454	53	328	836
Slowakei	0	9	668	677
Südkorea	396	212	3	611
Litauen	30	61	491	582
Belgien	16	90	385	491
Estland	0	10	421	431
Australien	0	65	359	424
Lettland	25	5	370	400
Schweiz	39	352	0	391
Portugal	250	2	75	327
Bulgarien	0	1	239	240
Kroatien	0	37	153	190
Griechenland	0	0	187	187
Rumänien	0	122	4	126
Luxembourg	0	4	92	96
Irland	25	62	4	90
Türkei	0	5	62	66
Taiwan	0	63	0	63
Slowenien	0	5	56	61
Ungarn	0	47	0	47
Island	9	11	9	30
Neuseeland	0	6	19	25
Zypern	0	3	0	3
China	0	2	0	2
Malta	0	2	0	2
Indien	0	2		

Wesentliche Wiederaufbauleistungen müssen von der Privatwirtschaft erbracht werden. Dafür müssen klare Anreize geschaffen werden, u. a. durch Investitions Garantien. Eine neue Quelle wirtschaftlicher Kooperation und damit möglicher Investitionen stellt auch die durch den Krieg stark angewachsene ukrainische Diaspora dar. Aus der Notlage der Flucht heraus sind zahllose Verbindungen in die europäische Privatwirtschaft entstanden, die im Wiederaufbau genutzt werden können. Lediglich in Polen ist 2022 jede fünfte Firmengründung von Ukrainern durchgeführt.

Insgesamt ist eine sorgfältige Koordinierung zwischen den Partnern der Ukraine erforderlich, um die Effizienz und Wirkung ihrer Maßnahmen zu maximieren.

Literaturverzeichnis

1. Bergmann, J. (2023). Die Europäische Union und der Wiederaufbau der Ukraine—bereit für die Herkulesaufgabe?. *Ifo Schnelldienst*, 76(4), 6-9.
2. Grävingholt, J., Faust, J., Libman, A., Richter, S., Sasse, G., & Stewart, S. (2023). *Wiederaufbau in der Ukraine: Was die internationale Gemeinschaft jetzt beachten muss* (No. 2/2023). IDOS Policy Brief.
3. Ukraine-Krieg: Militärische, finanzielle und humanitäre Unterstützung ausgewählter Länder¹ für die Ukraine. <https://statistik/daten/studie/1303434/umfrage/bilaterale-unterstuetzung-fuer-die-ukraine-im-ukraine-krieg/>.

Лукін Олексій Олександрович
студент групи 076-19-2

Романюк Наталя Миколаївна

доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
к.е.н., доцент

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

РИЗИКИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ

Перш ніж впроваджувати заходи, спрямовані на покращення результатів господарювання суб'єктів підприємницької діяльності, доцільно ідентифікувати потенційні ризики, які можуть виникнути в умовах кризи. Вони зазвичай пов'язані зі змінами економічної ситуації, політичними турбулентностями, природними катастрофами, загостренням відносин з постачальниками, змінами у попиту або із війною, яка впливає на результати діяльності всіх компаній в Україні.

Розглянемо більш детально окремі фактори середовища господарювання, що впливають на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності в умовах кризи. Перший ризик, з яким мають справу підприємці, – зменшення попиту на продукцію може мати кілька наслідків для підприємств. Підприємство може стикнутися зі зниженням обсягів продажів своєї продукції, що призводить до зменшення доходів і прибутків компаній. Крім того, зменшення попиту змушує керівників підприємства скоротити виробничу активність. Вони зменшують обсяги виробництва, зупиняють певні лінії продукції або залишають останню роботу. Зменшення попиту на продукцію призводить до зниження замовлень у постачальників матеріалів та компонентів, що в свою чергу, створює проблеми ланцюга поставок та співпраці між підприємствами.

У зв'язку зі зменшенням попиту підприємства бути змушені скоротити штат працівників. Це призводить до звільнення, зменшення зайнятості і збільшення рівня безробіття. В решті решт, зменшення попиту призводить до зниження доходів і прибутків підприємств, що створює фінансові труднощі.

Наступний ризик – неплатежі покупців продукції має кілька негативних наслідків для підприємств: зниження ліквідності підприємства, затримки або зупинки у виробничому процесі, зниження рівні прибутковості та погіршення фінансовому стані підприємства в цілому, що, у найгіршому випадку, призведе до банкрутства, крім цього підприємствам можуть знадобитися додатковий час, зусилля та ресурси для відшукування неплатежів, їх відстеження та відновлення своїх фінансових втрат.

Зниження доступу до фінансування має кілька наслідків для підприємств. По-перше, обмеження можливості розвитку. Підприємства, що не можуть залучити доступні фінансові

ресурси, обмежені у можливостях розширення виробничих потужностей, впровадження нових технологій або розвитку нових продуктів. По-друге, затримка погашення зобов'язань підприємства перед поставниками, кредиторами або співробітниками. Це може створити фінансові труднощі та негативно позначитися на відносинах з партнерами, компанії понесуть іміджеві втрати. По-третє, зменшення обсягу інвестицій. Це уповільнює темпи розвитку, інновацій та модернізації, що може негативно вплинути на конкурентоспроможність підприємства.

В умовах кризи актуальним є ризик загострення конкурентної боротьби, що має наступні негативні наслідки для суб'єктів підприємницької діяльності:

1. Зниження ціни та прибутковості – підприємства можуть бути змушені знижувати ціни на свої товари чи послуги, щоб зберегти або збільшити свою частку на ринку. Це зменшить рівень їх прибутковості, особливо якщо компанії не в змозі компенсувати зниження витрат.

2. Зростання витрат на маркетинг та рекламу – у жорстких конкурентних умовах підприємств збільшують витрати на маркетинг, рекламу та просування продукції, щоб привернути увагу споживачів та конкурувати з іншими компаніями, що збільшує загальні витрати.

3. Зміна інноваційності та диференціації – у конкурентному середовищі підприємства інколи копіюють ідеї та рішення конкурентів, замість розвитку власних інноваційних продуктів або послуг. Це обмежує можливості компанії виокремитися на ринку та привернути увагу споживачів.

4. Зниження якості продукції або послуг – загострення конкурентної боротьби може призвести до зниження якості продукції або послуг, особливо якщо підприємство намагається зменшити витрати для забезпечення конкурентоспроможності. Це негативно вплине на репутацію підприємства та задоволення споживачів.

5. Змінення ринкової частки, а у найгіршому випадку – втрата частки ринку. Погіршення якості продукції призводить до зменшення обсягів продажів, проте існуючи потреби на ринку завжди будуть задоволені іншими компаніями – конкурентами.

Однак криза створює не тільки жорсткі умови господарювання для суб'єктів ринку, але й надає додаткові можливості для розвитку, впровадженню інновацій, виходу на нові ринки збуту тощо. Розглянемо можливі напрямки дії компаній задля подолання складних умов та забезпечення запланованого рівня результативності:

1. Диверсифікація продукції – розширення асортименту продукції або послуг допоможе залучити нових клієнтів і зменшити залежність від певного сегмента ринку. Варто відзначити можливості компаній щодо впровадження виробництва альтернативних продуктів або розширення існуючих у горизонтальному або вертикальному напрямках.

2. Вихід на нові ринки – суб'єктам підприємницької діяльності доцільно розглянути можливості вступу на нові ринки, як національні, так і міжнародні. Розвиток експорту або нових сегментів ринку буде стимулювати збільшення обсягів продажів і прибутків.

3. Оптимізація витрат – підприємствам слід проводити аналіз своїх витрат і шукати способи їх оптимізації, такі як зменшення непродуктивних витрат, перегляд контрактів з постачальниками, ефективне управління запасами або використання нових технологій. Оптимізація виробничих процесів, впровадження нових технологій, автоматизація та підвищення продуктивності праці допоможуть знизити витрати та підвищити рівень конкурентоспроможності.

4. Інвестиції у маркетинг і рекламу – розширення маркетингових зусиль і підвищення видимості підприємства на ринку буде сприяти залученню нових клієнтів і збільшенню прибутку від реалізації продукції або послуг.

5. Розвиток інновацій – розробка нових продуктів, технологій або унікальних рішень може створити конкурентні переваги для підприємства. Інвестиції в дослідження та розробки, співпраця з науковими установами та створення інноваційних екосистем допоможуть підприємству стати лідером у своїй галузі.

6. Розвиток електронної комерції – виробники та підприємці, що займаються роздрібною торгівлею повинні активно розвивати свою присутність в онлайн-середовищах, розширювати свої інтернет-магазини або запроваджувати нові цифрові рішення для забезпечення доступу клієнтів до продуктів або послуг.

7. Співпраця та партнерство – підприємства повинні встановлювати стратегічні партнерства з іншими компаніями для спільного розвитку продуктів, обміну ресурсами або доступу до нових ринків. Це допоможе зменшити рівень ризику та забезпечить взаємовигідне співробітництво.

Проте, задля ефективного розвитку компаній у складних умовах господарювання доцільно не тільки розробляти та впроваджувати заходи, спрямовані мінімізувати ризики. В період військових дій важливою є підтримка з боку держави.

Царпкін Микита Олексійович

студент групи 076-20-2

Чорнобаєв Владислав Володимирович

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕДИЧНІЙ СФЕРІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОСТВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

В сучасному світі багато різних осіб таких як банкір та власник невеликого магазину, ріелтор та фермер, а також один із власників приватної лікарні мають пряме відношення до особливого прошарку суспільства — підприємців. В Україні сьогодні постає актуальною проблема розвитку медичної сфери в умовах війни та поствоєнного відновлення країни. Війна, яка триває на території України, має значний вплив на систему охорони здоров'я та медичну інфраструктуру країни і несе за собою наступні проблеми:

1. Недостатність ресурсів: Війна та поствоєнне відновлення країни вимагають значних фінансових, людських та матеріальних ресурсів. У медичній сфері це проявляється в обмеженості бюджетних коштів, недостатній кількості кваліфікованих медичних працівників, обладнання та лікарських засобів. Це створює проблеми забезпечення якісних медичних послуг та доступності лікування для населення [1].

2. Збільшення потреби в медичних послугах: Війна та конфліктні ситуації призводять до збільшення числа травмованих та хворих осіб. Медичні заклади мають відповідати на цей підвищений попит на медичні послуги, що створює навантаження на систему охорони здоров'я та може призвести до перевантаження та зниження якості надання медичної допомоги [2].

3. Втрати кваліфікованих кадрів: Війна та еміграція медичних фахівців призводять до втрати кваліфікованого персоналу в медичній сфері. Це ставить під загрозу якість та доступність медичних послуг для населення. Необхідно залучати нових медичних фахівців, забезпечувати їх навчання та стимулювання, щоб забезпечити надання якісної медичної допомоги [2].

4. Руйнування інфраструктури: Війна та конфлікти можуть призвести до руйнування медичних закладів, інфраструктури та забезпечення енергією та водопостачанням. Це ставить під загрозу функціонування медичних установ і здатність надавати необхідні медичні послуги. Відновлення та реконструкція медичної інфраструктури потребує великих інвестицій та часу [3].

Відсутність ресурсів у медичній сфері, зумовлена війною та поствоєнним відновленням країни, може створити певні можливості для бізнесу, Нижче представлені три можливі напрямки, які можуть мати позитивний ефект, враховуючи дану проблему [2]:

1) Постачання медичного обладнання та лікарських засобів: З огляду на недостатність матеріальних ресурсів у медичній галузі, підприємства можуть спеціалізуватися на постачанні необхідного медичного обладнання, лікарських засобів та медикаментів. Це може включати

імпорт, виробництво або постачання національного рівня цих товарів. Надання медичних послуг та консультацій:

2) З недостатньою кількістю кваліфікованих медичних працівників, підприємства можуть розглянути можливість надання медичних послуг та консультацій у вигляді приватних клінік, медичних центрів або мобільних медичних бригад. Це може допомогти забезпечити доступність якісних медичних послуг для населення.

3) Виробництво медичних препаратів: У зв'язку з обмеженістю бюджетних коштів та постійною потребою в медичних препаратах, компанії можуть розглянути можливість виробництва медикаментів на внутрішньому ринку. Це може допомогти забезпечити наявність необхідних ліків та знизити залежність від імпорту.

Збільшення потреби в медичних послугах через наслідки війни створює нові можливості для підприємницької діяльності, як приклад [3]:

1) Збільшення числа травмованих та хворих осіб може створити попит на медичний туризм, коли люди з інших країн шукають якісну медичну допомогу в Україні. Підприємства можуть спеціалізуватися на наданні послуг з організації медичного туризму, включаючи лікування, консультації та проживання пацієнтів.

2) Розробка медичного програмного забезпечення: Для поліпшення ефективності та якості медичних послуг може бути важливим розвиток медичного програмного забезпечення. Бізнеси можуть створювати програми для управління медичними записами, діагностики, планування лікування та інших аспектів медичної практики.

Проблема втрати кваліфікованих кадрів в медичній сфері через війну та еміграцію може створити певні можливості для бізнесу. Далі наведені напрями, які можуть бути вигідними, враховуючи дану проблему [4]:

1) Навчання та підвищення кваліфікації: Бізнеси можуть розглянути можливість надання навчальних курсів, семінарів та тренінгів для медичних фахівців. Це допоможе залучати нових фахівців та підвищувати кваліфікацію тих, хто вже працює в галузі. Залучення медичних працівників до навчальних програм може стати джерелом доходу для бізнесів, які спеціалізуються на медичному навчанні.

2) Партнерство з навчальними закладами: Бізнеси можуть співпрацювати з медичними навчальними закладами для забезпечення навчання студентів та підготовки нових медичних фахівців. Це може включати фінансування стипендій, надання стажування та практики, а також участь у розробці актуальних навчальних програм.

Проблема руйнування медичної інфраструктури через війну та конфлікти створює певні можливості для бізнесу. Ось два шляхи, які можуть мати позитивні перспективи, враховуючи цю проблему [4]:

1) Будівництво та реконструкція медичних закладів: Бізнеси, що спеціалізуються на будівництві та реконструкції, можуть виявити попит на відновлення медичної інфраструктури. Це може включати будівництво нових лікарень, поліклінік, аптек, лабораторій та інших медичних закладів. Крім того, відновлення енергопостачання та водопостачання також може бути потрібним, що відкриває можливості для бізнесів, пов'язаних із будівництвом та інженерією.

2) Консалтинг та проектування медичних закладів: Бізнеси можуть пропонувати консалтингові послуги та допомагати у проектуванні медичних закладів. Це може включати розробку планів лікарень, оптимізацію просторів, впровадження інноваційних технологій та рекомендації з організації медичних послуг. Консалтингові підприємства можуть допомогти у плануванні та реалізації проектів відновлення медичної галузі.

Розвиток медичної сфери в умовах війни та поствоєнного відновлення України стикається зі значними проблемами, такими як недостатність ресурсів, збільшення потреби в медичних послугах, втрата кваліфікованих кадрів та руйнування інфраструктури. Проте, в цих проблемах можна вбачати можливості для бізнесу. Підприємці зможуть займатися навчанням та підвищенням кваліфікації медичних фахівців, виготовленням та постачанням медичного обладнання, а також будівництвом, реконструкцією та консалтингом у сфері медичної

інфраструктури. Ці напрямки можуть сприяти покращенню якості медичних послуг та забезпеченню доступності лікування для населення.

Бібліографічні посилання

1. Чим живе українська медицина в умовах URL:війни <https://commons.com.ua/uk/chem-zhivet-ukrainskaya-medicina-v-usloviyah-vojni/>
2. Відновлення сектору охорони здоров'я України: пропозиція на неможливість через 10 років URL : <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2023/05/3/699728/>
3. Медична система під час війни та після неї. Що робити далі URL : <https://nv.ua/opinion/voyna-v-ukraine-kak-vostranoviti-otrasl-zdravoohraneniya-novosti-ukrainy-50305960.html>
4. Проблемне поле медичної галузі України URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b280bfd9c85e/>