



Збірник тез

*учасників підсумкової науково-практичної
студентської конференції ОНЕУ
"Сучасні виклики економіки"*

*факультету економіки та управління
підприємницькою діяльністю*

18 квітня 2022 р.

Одеса 2022

Зміст

<i>Секція. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</i>	6
1. Анадолій Д. К. Чинники та шляхи підвищення конкурентоспроможності послуг підприємств готельного господарства Науковий керівник: к.е.н., доцент Єгупов Ю. А	7
2. Афанасьєєва В. Д. Особливості мотивування персоналу підприємства в умовах COVID-19 Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О.М.	9
3. Баль К. Є. Методи впливу мотивації на персонал Науковий керівник: к. е. н., доцент Кічук О. С.	11
4. Баранова Е. О. Інноваційна діяльність підприємства: розвиток та стимулювання Науковий керівник: д.е.н., професор Семенова В. Г.	13
5. Беркар Ю. В. Сучасні проблеми в організації праці на підприємстві Науковий керівник: д.е.н. , професор Літвінов О.С.	15
6. Божко Д. О. Шляхи підвищення рівня економічної безпеки транспортно-експедиторських компаній Науковий керівник: д. е.н., доцент Кошельок Г.В.	17
7. Ваташук В. Ю. Імідж підприємства торгівлі Науковий керівник: к.е.н., доцент Горлова О.П.	19
8. Влащенко А. Ю. Напрями формування конкурентоспроможності підприємств за рахунок розвитку інноваційної діяльності (на прикладі підприємств кабельної промисловості) Науковий керівник: д.е.н., доцент Грінченко Р. В.	21
9. Ганевич М. О. Рентабельність інвестування в нерухомість або як заробити на нерухомості Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О. М.	23
10. Гуменюк В. А. Проблеми і способи залучення інвестицій на підприємство Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач Орленко О. М.	25
11. Гуменюк В. А. Ключові показники ефективності у логістичній системі організації" Науковий керівник: к. е. н., доцент Горлова О.П.	27
12. Гуменюк В. А. Мотивація и демотивація персоналу на торговельних підприємствах Науковий керівник: к. е. н., доцент Кічук О. С.	29
13. Дубілей Д.О. Стратегія інноваційного розвитку підприємства в сучасних умовах Науковий керівник: к.е.н., доцент Танасюк І.М.	31
14. Єнаке В. О. Організаційно-економічний механізм прискорення оборотності оборотних коштів підприємства	

Науковий керівник: к.е.н., доцент Літвінова В. О.	33
15. Журавльов К. А. Формування та використання оборотного капіталу підприємства	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кічук О.С.	35
16. Іваненко І. К. Підвищення ефективності інноваційної діяльності на підприємстві	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кічук О.С.	37
17. Ісмаїлова Л. І. К. Шляхи скорочення поточних витрат	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Літвінова В. О.	39
18. Кобилінський О. Ю. Заробітна плата як невід’ємна складова грошового потоку ТОВ «Телекарт-прилад»	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Кошельок Г. В.	41
19. Комарніцька Я. О. Вплив нематеріальних активів на конкурентоспроможність підприємств автотранспортної галузі України	
Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О. М.	43
20. Котець К.Г. Збільшення обсягу прибутку підприємства за рахунок використання інтелектуального капіталу	
Науковий керівник: д.е.н., професор Літвінов О.С.	45
21. Кравчук Д. І. Удосконалення організації логістичної діяльності підприємства	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Літвінова В. О.	47
22. Ларіна Т. І. Сучасні інформаційні технології в логістиці	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Горлова О.П.	49
23. Мошчич О. В. Вдосконалення організації оплати праці на підприємстві	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Літвінова В. О.	51
24. Нейкова Л. І. Мотивація та демотивація персоналу на підприємствах	
Науковий керівник: д. е. н., доцент Грінченко Р.В.	53
25. Онищенко В. В. Аналіз прибутку підприємства КМД «Камбіо»	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Кошельок Г. В.	55
26. Павлова О. А. Методика аналізу прибутку підприємства	
Науковий керівник: д.е.н. , професор Янковий О. Г.	57
27. Петросян А. А. Вплив COVID-19 на розвиток електронної торгівлі	
Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О. М.	59
28. Пономаренко К. О. Особливості державного регулювання логістичної діяльності	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Горлова О.П.	61
29. Сапожнікова Г. О. Сучасні проблеми підвищення мотивації персоналу на підприємстві	
Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О. М.	63
30. Стельмах В. О. Резерви підвищення прибутку підприємств	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Кошельок Г. В.	65
31. Тарнавська Д. В. Оборотні кошти підприємства: поняття, структура роль в діяльності підприємства	

Науковий керівник: д.е.н., професор Семенова В. Г.	67
32. Фомін Д.А. Гейміфікація як сучасний інструмент управління персоналом компанії	
Науковий керівник: к.е.н. ст. викладач Орленко О. М.	69
33. Церковна А. О. Актуальність формування запасів підприємства	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Літвінова В. О.	71

Секція. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

1. Павленко В.О. Актуальні питання захисту прав споживачів в умовах воєнного стану	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Траченко Л.А.	74
2. Беркар Ю.В. Проблеми захисту прав споживачів при поверненні товару неналежної якості	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Траченко Л.А.	76
3. Жовтун А.О. Особливості управління бізнесом у контексті загроз і викликів	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Захарченко Н.В.	78
4. Фрундина Л. І. Критерії прийняття рішень про відкриття нового бізнесу	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Захарченко Н.В.	80
5. Севастьянов В. Д. Необхідність стимулювання підприємницької діяльності в умовах воєнного стану	
Науковий керівник: д.е.н., професор Сментина Н. В.	82
6. Антошко Р. С. Забезпечення кібербезпеки підприємства в умовах воєнного стану в Україні	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Захарченко Н.В.	84
7. Гусін О. В. Характеристика бізнес-ідеї створення суб'єкту підприємництва у ресторанній справі	
Науковий керівник: д.е.н., доцент Захарченко Н.В.	86
8. Ржевський В.В. Сучасний стан бізнес-планування в Україні	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Клевцєвич Н.А.	88
9. Шундровська Д.Д. Підвищення конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Доброва Н.В.	90

Секція. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ ДЕМОГРАФІЇ, СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЕКОНОМІКИ ПРАЦІ

1. Андрицька І.В. Реалізація соціальної роботи на прикладі тимчасового розміщення біженців	
Науковий керівник: к.п.н., доцент Петровська О. М.	93
3. Біла Н. Ю. Основні проблеми сучасного українського ринку праці	
Науковий керівник: ст. викладач Перепельчук Т. В.	95
5. Богдановська Є.А. Тенденції використання зарубіжних моделей	

оплати праці в сучасних умовах	
6. Науковий керівник: к.е.н., доцент Збрицька Т.П.	97
7. Боярчук Д. С. Стресостійкість сучасного управління	
8. Науковий керівник: к.п.н., доцент Петровська О. М.	99
9. Гонцова В. В. Розвиток нестандартної зайнятості в Україні з урахуванням зарубіжного досвіду	
10. Науковий керівник: к.е.н, ст. викладач Сало Я. В.	101
11. Данилишина Д. Вплив пандемії covid-19 на рівень безробіття	
12. Науковий керівник: к.е.н, ст. викладач Сало Я. В.	103
13. Капсамун А.А. Продуктивність праці в Україні та шляхи її підвищення	
14. Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Йолкіна О.В.	105
15. Козарева А. М. Підвищення ефективності мотивації персоналу	
16. Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Йолкіна О.В.	107
17. Лі Д. Реформування вищої освіти в Україні та її наслідки	
18. Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Йолкіна О.В.	109
19. Познякова Т. С. Організація робочого часу при гнучких формах зайнятості	
20. Науковий керівник: к.п.н., доцент Петровська О. М.	111
21. Романенко Є.Є. Проблеми адаптації нових працівників в організації	
22. Науковий керівник: к.п.н., доцент Петровська О. М.	113
23. Серов М.Ю., Бубленко А.І. Фактори, які впливають на дієвість управління персоналом в сучасних умовах	
24. Науковий керівник: к.п.н., доцент Петровська О. М.	115
25. Статіров І.М. Актуальні питання прогнозування стану ринку праці	
26. Науковий керівник: ст. викладач Перепельчук Т. В.	117
27. Стоянов В. Ю. Аналіз основних макроекономічних показників в контексті пандемії covid-19 в Україні	
28. Науковий керівник: к.е.н, ст. викладач Сало Я. В.	119

Секція. СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1. Багірова К.Р. Оцінка рівня життя населення України: регіональний аспект	121
Науковий керівник: к.е.н., доцент Вітківська К.В.	122
2. Іванченко Т. А. Оцінка інвестиційного клімату України	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Готліб І. Г.	124
3. Табунщик О.Г. Динаміка та перспективи розвитку медичного страхування в Україні	
Науковий керівник: к.е.н., доцент Погорєлова Т.В.	126

Секція

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ
СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В
УКРАЇНІ

ЧИННИКИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Оскільки основною метою підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин є максимізація прибутку, то для цього необхідно забезпечити високий рівень конкурентоспроможності. Набір факторів та методів, що визначають конкурентоспроможність готельного підприємства, є настільки значним та своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методику збору та обробки даних по галузі для оцінки конкурентоспроможності готельної послуги, що надається.

Конкурентоспроможність — це сукупність споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто перевагу товару в порівнянні з іншими конкурентними товарами. Оскільки товари випускають певні виробники, ми можемо з упевненістю говорити про конкурентоспроможність підприємств, асоціацій, компаній та країн, у яких виготовляється продукція [1, с. 73].

Конкурентоспроможність продукції - це здатність продукту відповідати вимогам конкурентного ринку порівняно з іншими подібними продуктами на ринку та потребам споживачів. Конкурентоспроможність залежить від якості, технічного рівня та споживчих властивостей продукції, з одного боку, і цін, які встановлюють продавці товарів, з іншого. Крім того, на конкурентоспроможність впливають такі фактори, як мода, продажі та обслуговування після продажу, реклама, імідж виробника, кон'юнктура ринку та коливання попиту.

Існують різноманітні класифікації чинників впливу на конкурентоспроможність продукту, але найпопулярніші з них: [2, с. 65].

Чинники забезпечення конкурентоспроможності продукції:

- Товар - відображає рівень якості товару, стиль, унікальність, гарантійний та сервісний рівень, простоту використання;
- Ціна - рівень ціни порівняно з іншими конкурентами, система знижок, спосіб оплати та можливість відстрочки платежу тощо;
- Реалізація - для відображення ефективності маркетингових послуг, ефективності реклами, використання системи просування товарів на ринок тощо;
- Канали збуту - описує форми збуту продукції, стан ринку, систему транспортування та складування;
- Рівень кадрового потенціалу та управлінських структур - кваліфікаційний рівень персонал підприємства, ефективність

використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність.

Спираючись на ці чинники можна вивести наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності продукту у галузі гостинності:

- Постійне підвищення якості послуг, приведення їх до західних та загальноприйнятих світових стандартів – систем зірок, корон, ключів та абеткових систем (A-B-C-D) та ін., впровадження додаткових послуг та суб-продуктів.
- Встановлення конкурентних цін за рахунок впровадження сучасних цінових стратегій та сезонного регулювання цін, дисконтних систем та програм лояльності.
- Розвинення ІТ-складової та використання аутсорсингу для підвищення ефективності маркетингових кампаній готельних закладів. Використання сучасних цифрових систем управління.
- Пошук нових каналів збуту – співробітництво з популярними агрегаторами у галузі гостинності: “Booking”, “TripAdvisor” та ін. Активна інформаційна кампанія у соціальних мережах.
- Впровадження сучасних та ефективних систем менеджменту, постійне підвищення кваліфікації та професійності співробітників.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства це широке поняття, що залежить від безлічі факторів, проте в рамках готельного підприємства, головним показником конкурентоспроможності є ступінь привабливості послуг, що визначає можливість задоволення комплексу вимог споживачів.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства різні, але варто мати на увазі, що готельний бізнес відрізняється обов'язковою наявністю інноваційного моменту, який може бути пов'язаний з створенням нової готельної послуги, запровадженням прогресивних інформаційних технологій, з використанням нових організаційних форм та ін.

Джерела інформації

1. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. *Економіка та держава*. 2013. № 6. с. 246.
2. Косвинцева Е.Н. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных предприятий промышленного центра: автореф. дис. канд. экон. наук / Е.Н. Косвинцева. М., 2009. 230 с.

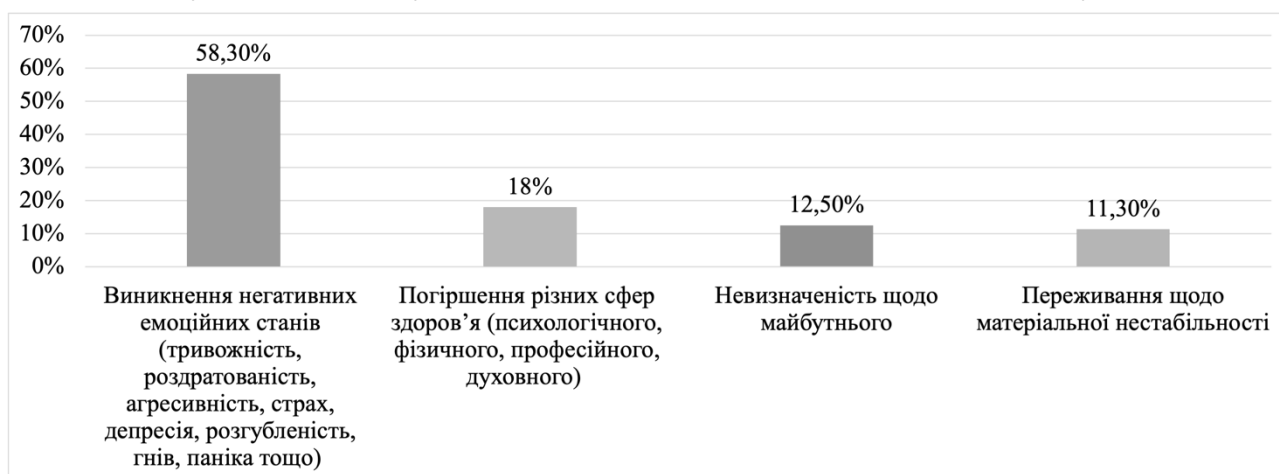
ОСОБЛИВОСТІ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ COVID-19

Коронавірусна інфекція COVID-19 сьогодні відома на весь світ і приблизно з грудня 2019 року кардинально та назавжди змінює повсякденне суспільне та економічне життя. Залучення та утримання талановитого персоналу, занепад офісної культури та віддалена робота є одними з найбільших проблем, з якими стикаються генеральні директори сучасних компаній під час цієї пандемії. Все це посилює одну з найбільших загроз будь-якому бізнесу – низьку мотивацію співробітників.

Персонал – це один з найважливіших ресурсів компанії, який визначає ефективність використання усіх інших ресурсів та здатний постійно самовдосконалюватись. Однак коронавірусна інфекція суттєво погіршила не лише економічний, а й соціальний та моральний стан працівників: до великої кількості проблем на роботі, які трапляються через зміни в робочому середовищі, графіку та протоколах безпеки, додалася напружена ситуація вдома.

Психологи проводили опитування щодо того, як пандемія вплинула на психологічне здоров'я населення [1, с. 15]. У більшості випадків вона вплинула негативно, бо саме таку відповідь обрали майже 85% опитаних. Після цього психологи вирішили дізнатися, які ж саме прояви негативного впливу корона вірусу з'явилися в українців. Результати зображені у вигляді діаграми на рис. 1.

Рис. 1. Результати опитування щодо виявів негативного впливу COVID-19



на психологічне здоров'я населення (систематизовано автором на основі [1])

Як ми можемо побачити, майже 60% опитаних почали відчувати тривожність, роздратованість, розгубленість, страх, паніку чи депресійний стан загалом. 18%, 12,5% та 11,3% виявили в себе погіршення різних сфер здоров'я, невизначеність щодо майбутнього та переживання щодо матеріальної

нестабільності відповідно. Зважаючи на дані проведеного опитування, можна зрозуміти, що стрес та пов'язані з ним психічні розлади можуть стати справжньою загрозою для держави та її економіки, впливаючи на спроможність людини до продуктивної праці.

Керівникам компаній у ці часи стресу і невизначеності надзвичайно важливо брати до уваги переживання співробітників і бути для них променем надії та позитиву. Працівники хочуть відчувати, що їхні керівники прислухаються до їхніх потреб і проблем [2].

Насамперед потрібно переконатися, що комунікації між керівництвом і колегами є постійними та прозорими. Для цього сьогодні існує багато способів підтримування зв'язку і зі співробітниками в офісі, і з тими, хто працює дистанційно. Конкретна інформація та чіткі інструкції зроблять віртуальні зустрічі більш ефективними.

По-друге, потрібно допомогти тим працівникам, які можуть страждати від тривоги або сильного стресу. Їм варто пояснити, що така реакція організму є абсолютно нормальною, та запропонувати консультацію з психологом чи ментальним тренером. Великі ж компанії можуть навіть приєднати такого спеціаліста до свого штату.

По-третє, дуже важливо підбадьорювати та хвалити своїх співробітників, адже вони повинні розуміти свою цінність для компанії. Впевненість у тому, що вони не одні долають ці труднощі і разом ви зможете все подолати, допоможе повернути минулий ентузіазм. Особисте задоволення від добре виконаної роботи і гордість за плоди своєї праці прищеплюють працівникам почуття мети. З точки зору мотивації праці, це не менш важливо, ніж гроші.

Отже, мотивувати співробітників було досить важко і до пандемії, проте сьогодні керівництву компаній потрібно зосередити увагу та докласти ще більше зусиль для того, щоб допомогти своїм працівникам зменшити симптоми тривоги та невизначеності, які виникли через спалах COVID-19. Потреби та проблеми працівників будуть відрізнятися залежно від їх особистості і змінюватимуться з часом, тому однакові методи можуть не спрацювати на всіх робітників. Саме творчий та індивідуальний підхід до кожного підлеглого допоможе створити продуктивне робоче середовище.

Список використаних джерел

1. Карамушка Л. М., Шевченко А. М. Діяльність психологів освітніх організацій в період пандемії COVID-19: результати дистанційного емпіричного дослідження. *Психологічне здоров'я персоналу організацій в умовах пандемії COVID-19: проблеми та технології забезпечення* : матеріали XIV міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. з орг. та екон. псих., м. Київ, 21 трав. 2020 р. Київ, 2020. С. 14-18.

2. Catherine Oak, Bill Schoeffler. Motivating Employees During the COVID Pandemic. URL: <https://www.insurancejournal.com/magazines/mag-features/2020/08/10/578320.htm> (дата звернення: 23.04.2022).

МЕТОДИ ВПЛИВУ МОТИВАЦІЇ НА ПЕРСОНАЛ

В умови ринкової економіки пріоритетом підприємства є розвиток виробництва та підвищення його ефективності з метою отримання прибутку. Це здебільшого залежить від робітників підприємства, їх освіти, практичної підготовки, майстерності, мотивації до діяльності. Існує безпосередня залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємств та організацій даної країни. Ефективне використання трудового потенціалу – основне джерело соціально - економічного зростання. Невід’ємною частиною успішного підприємства є мотивація персоналу. Кожен підприємець повинен піклуватися про створення умов, за яких навіть найлінівіший працівник буде викладатись на 100%. Лише 10% всіх робітників працюють стабільно. Всі інші потребують додаткових умов, стимулів та заохочень, щоб приносити користь підприємству. Тож зрозуміло, що саме ці умови та стимули вкрай важливі. Інакше керівник ризикує успішністю свого підприємства [1].

Мотивація персоналу – комплекс заходів для стимулювання та створення умов робітникам, щоб вони працювали віддано, ефективно, продуктивно. Без неї не існує жоден бізнес, тому це важливо розуміти [1].

Управління персоналом містить у собі систему заходів: організаційних, економічних і соціальних, спрямованих на створення умов для повноцінної роботи і розвитку персоналу. Воно включає: планування потреби в кадрах в розрізі окремих категорій, професій, спеціальності та кваліфікаційних груп; наймання співробітників; розстановку працівників у відповідності зі сформованою системою виробництва; розподіл серед них обов'язків; вдосконалення організації праці; підготовку і перепідготовку кадрів; розвиток їх професійних якостей; стимулювання праці.

Серед багатьох підприємців і управлінців до сих пір існує думка, що кращий метод стимулювання — це механізм премій і штрафів. Однак, насправді видів ефективної мотивації куди більше, і не всі вони зав'язані на фінансовому заохоченні чи покаранні [2].

Існує два типи впливу: прямий та непрямий. Перший передбачає точний вплив на кожного конкретного працівника. Кожен працівник розуміє що на нього очікує за виконання або невиконання певних дій. Це ті профіти, бонуси, премії або штрафи, задля отримання або уникнення яких він старанно працює.

Пряма мотивація буває:

Матеріальна - це всі фінансові стимули, які використовує компанія – заробітна плата, премії, бонуси, путівки та будь-які інші грошові заохочення.

Нематеріальна – це всі нефінансові способи виділити працівника –

отримати підвищення, кращій кабінет, грамоти, тощо [1].

У свою чергу, другий тип впливу не має конкретної дії на окремих людей, проте він допомагає відтворити атмосферу, яка покращує якість роботи, стимулює інтерес та формує задоволення від роботи. Непряма мотивація дозволяє відчувати себе частиною колективу, формує відчуття єдності, захоплення від приналежності до певної групи людей.

Непряма мотивація включає в себе: кар'єрні можливості; освітні перспективи; можливість розвитку [1].

Кожний вид важливий окремо, однак найбільшу віддачу можна отримати лише за умови вдалої комбінації матеріальної та нематеріальної, а також непрямої мотивації. На кожному підприємстві ці питання повинні вирішуватися індивідуально.

Роботу з персоналом проводять управлінці підприємства, кадрові служби або HR менеджери. Ці поняття не є тотожними, різниця полягає у тому, що кадровик наділяється тільки функціями виконання розпоряджень керівництва і його робота обмежується рамками трудового права. HR менеджер бере участь у вирішенні глобальних завдань, що стоять перед компанією. Довгострокова стратегія кадрової політики, яку може організувати опитний HR менеджер, повинна бути спрямована на формування системи роботи з кадрами, яка б тримала орієнтир не тільки на отримання економічного ефекту але і соціального, що не менше важливо. Тобто головною метою соціальної політики повинно бути реалізація концепції гідної праці та підвищення якості трудового життя.

В ході дослідження, ми можемо зробити висновок, що головним завданням керівництва будь-якого підприємства повинно стати створення на ньому ефективної системи формування та організації праці, яка буде включати в себе підтримку працівників за весь проміжок часу, який вони працюватимуть на підприємстві, від чого, в свою чергу буде залежати ефективність праці робітників.

Список використаної літератури:

1. Журнал « Освітній Хаб » 2021 рік URL: <https://eduhub.in.ua>
2. Журнал «АгроКебети» 2021 рік URL: <https://blog.agrokebety.com>

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: РОЗВИТОК ТА СТИМУЛЮВАННЯ

Інноваційна діяльність підприємств це складний процес створення, використання і поширення нововведень для отримання переваг та підвищення ефективності матеріального виробництва завдяки науково-технологічним факторам та забезпечення найважливіших факторів для конкурентоспроможності підприємства на ринку [1, с.108].

Науковці зазначають, що на розвиток та стимулювання інноваційної діяльності впливає ряд факторів, до яких, зокрема, відноситься:

- прискорення науково-технічного прогресу;
- інноваційний потенціал підприємства;
- бюджетування ключових досліджень, які формують основу для базових інновацій;
- державна підтримка розвитку інноваційної діяльності, залучення приватних інвестицій в інновації, розвиток інноваційної інфраструктури;
- створення та підтримка науково-дослідних установ для постійного виробництва інновацій, які є продуктом інтелектуальної творчості;
- розвиток підприємницького середовища, що створює потребу в інноваціях і здатне прийняти їх на конкурентній основі [2, с. 49].

Дослідження інноваційної активності і розрахунок індексу конкурентоспроможності показали, що Україна, незважаючи на інноваційний потенціал, має низький рівень інноваційного розвитку. У 2020 році Україна посіла 82 місце з 133 країн. Таке становище пов'язане із суттєвим зменшенням інноваційної активності більшості вітчизняних промислових підприємств. Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси) у загальній кількості промислових підприємств становить лише 13,8 % [3, с.74].

Розвиток інноваційної діяльності в українській економіці залежить від кількості компаній, що впроваджують нововведення. На жаль, спостерігається тенденція до зменшення кількості інноваційних технологій, інноваційної продукції на вітчизняних промислових виробництвах. При цьому майже третина коштів та фінансування, витрачених на інноваційні роботи йде на обладнання, тоді як придбання нової інтелектуальної власності в інноваційних компаніях і інвестування на наукові дослідження для власного виробництва не фінансуються в достатньому розмірі [3, с.79].

Також до причин сповільнення інноваційної активності, на думку дослідників, можна віднести наступні:

- обмеженість інвестиційних ресурсів на рівні окремих підприємств;

- відсутність системи стимулювання інноваційної роботи в виробничих компаніях;
- ризики зменшення кваліфікованих кадрів та втрати людського капіталу на вітчизняних підприємствах;
- відсутність достатнього фінансування державою інноваційних проєктів;
- відсутність сприятливого економічного клімату та відповідного правового середовища в країні тощо [4, с.161].

Важливого значення набуває також розробка державної стратегії інноваційного розвитку пріоритетних галузей та сфер діяльності, залучення іноземних інвестицій та венчурного капіталу. Формування та залучення різноманітних інвестиційних джерел в Україні сприятиме зростанню кількості інноваційно активних підприємств, які зможуть у майбутньому стати конкурентоспроможними на внутрішньому і міжнародних ринках та працювати відповідно до вимог науково-технічного прогресу.

Сучасна динамічність суб'єктів господарювання в розвинених країнах характеризується збільшенням частини науково-технічних, інформативних та продуктивних інновацій, що спрямовані на підвищення рівня технологій виготовлення продукції та надання послуг та забезпечують фірмам ринкові переваги. За всебічної державної підтримки в технологічно розвинених країнах відбувається зростання малих інноваційно активних підприємств. Відмінною особливістю інноваційної діяльності невеликих компаній вважається перевага рекламних та процесних інновацій, великих – науково-технічні та продуктивні інновації.

Проведене дослідження свідчить, що підвищення інноваційної діяльності підприємств пов'язано з численними діями і умовами впливу, у тому числі необхідно відзначити значимість держави, державних проєктів, стратегій що дозволяють посилити тенденції щодо активізації інноваційної діяльності на державному, галузевому чи регіональному рівні [5, с.107].

Список використаних джерел

1. Полозова Т.В., Кривцун Д.Ю. Інноваційна діяльність підприємства та економічна сутність інноваційного процесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. «Економіка і менеджмент». 2015. Вип. 12. С. 108–113.
2. Бабина О.Є., Бойчук М.С. Механізм стимулювання інноваційного розвитку підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2014. № 9. С. 49-56.
3. Наукова та інноваційна діяльність України, 2018. *Статистичний збірник: Державна служба статистики України*. 2019. С.74-108.
4. Семенова В.Г. Ризики в управлінні інтелектуальним капіталом підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. № 9-10. С. 155-161.
5. Дьячкова Ю. М., Токарева А. О., Дьячков А. М. Інноваційна активність промислових підприємств України в контексті їх сталого розвитку. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2017. № 1 (40). С.107-114.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний працівник – це професіонал, орієнтований на процес, на завдання, на конкретного споживача, а не просто робітник-виконавець, основна увага якого зосереджена на задачі керівника чи посадової інструкції. Однак нова модель організації праці може бути ефективною лише в тому випадку, якщо вона спиратиметься на її сучасні форми, які спонукають працівників до продуктивної, інноваційної діяльності, створюють умови для самореалізації та самоствердження людей як особистості. Давайте розглянемо, які існують сьогодні проблеми організації праці на сучасних підприємствах, що призвели до створення нових моделей організації праці [1].

Першою проблемою в організації праці на підприємствах України, яку розглянемо, є нестача кадрів. Проблема нестачі кадрів в організації знайома практично всім власникам сучасного бізнесу. Потрібен час та гроші, щоб найняти кваліфікованих співробітників, провести курси навчання та утримати співробітників у бізнесі. Проблема недоукомплектованості кадрами в організації може заблокувати старт успішного проекту, а також спричинити збитковість чинного підприємства.

Усі причини нестачі персоналу на підприємстві можна схематично розділити на кілька груп:

- освіта;
- недостатня кваліфікація працівників для виконання робіт в тій чи іншій області;
- завищені зарплатні очікування;
- відтік кадрів в інші регіони та країни;
- демографічні проблеми.

За останні кілька років кількість комерційних вишів в Україні збільшилася. Платна освіта зробила освіту загальнодоступною, а отримання диплома не потребує особливих зусиль. Це негативно позначалося на вихованні випускників – рівень навичок та знань часто не відповідав запитам потенційних працедавців. Близько 46% випускників (станом на 2021 р.) працевлаштовані поза освітою після закінчення навчання в університеті чи технікумі. Нестача кадрів часто пов'язана з тим, що вищі навчальні заклади формують недостатню кількість кваліфікованих кадрів за окремими напрямками, які могли б покрити нестачу в сучасних українських компаніях.

Важливо пам'ятати, що не кожен працівник, який має вищу освіту, насправді має необхідну кваліфікацію. З огляду на цей нюанс, коло потенційних працівників значно скорочується [2].

Нестача кадрів викликана завищеними очікуваннями щодо заробітної плати. Представники популярних професій хочуть отримувати свою роботу

високі зарплати, деякі значення просто непідйомні більшість компаній. В результаті компанії доводиться задовольнятися наявною робочою силою або наймати людей з недостатньою кваліфікацією. Часто кваліфіковані працівники змушені залишати регіон проживання, а іноді навіть залишати країну у пошуках привабливішої заробітної плати. У той час як добрі кваліфіковані працівники осідають у мегаполісах та знаходять високооплачувану роботу, у віддалених регіонах загострюється проблема нестачі кадрів. Так, у віддалених українських селах гостро спостерігається проблема нестачі робітників у сфері медицини, освіти та соціального обслуговування. Навіть запропоновані державою програми компенсації не здатні змусити молодь по закінченні навчання вирушити на роботу до села [3].

Ще однією проблемою в організації праці в Україні, пов'язаний з оплатою праці, є критично низький рівень заробітної плати, порівняно з високою вартістю життя в країні. Сировинна модель ринкових відносин, що склалася з моменту набуття Україною незалежності, призвела до зниження рівня професіоналізму працівників, зменшення частки заробітної плати у собівартості продукції та, як наслідок, знецінення праці. Критично низький відсоток заробітної плати, що все ще знижується у структурі ВВП України. Такий стан є основною причиною зубожіння та масової економічної міграції населення країни. Сьогодні Україна найбідніша країна в Європі.

Також причиною нестачі працівників є демографічна криза. Станом на другий квартал 2020 року частка активного населення серед усіх мешканців України не перевищує 41%. Порівняно з даними за перший квартал, частка активного населення продовжує знижуватися [4].

Ще однією проблемою, з якою Україна стикається сьогодні є трудова міграція. Підписання Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом, рішення про безвізовий в'їзд співпала з глибокими структурними змінами різних сфер суспільного життя (політична, економічна, соціальна, культурна та ін.), що супроводжуються зниженням рівня життя населення та зростання безробіття [5].

Зарубіжний досвід показує, що за умов економічної кризи необхідно використовувати якісну, тобто високооплачувану робочу силу, здатну виробляти конкурентоспроможну продукцію. Проте українські роботодавці діють за старими принципами, використовуючи метод скорочення штату та зниження рівня заробітної плати своїх працівників.

Список використаних джерел

1. Гірман А.П. Організація праці в Україні та закордоном. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С.249-252
2. Дефіцит кадрів URL : <https://fillin.ua/stati/defitsit-kadrov/>
3. Положенцева К.Л. Сучасні проблеми оплати праці в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. №2 . С.42-46
4. Палієнко О.А. Демографічна криза в Україні : шляхи її подолання. *Молодий вчений*. 2017. № 9.1. С.133-136
5. Капітан В. Трудова міграція як аспект проблеми зайнятості в Україні.

Божко Д.О.
студент 36 групи,
Кошельок Г.В.
д.е.н., доцент

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

Аналіз економічної безпеки підприємства, а також пошук можливих рішень і шляхів її підвищення є вкрай актуальним в сьогоденних умовах нестабільної ситуації на ринку товарів та послуг, а також гострої конкурентної боротьби між компаніями за споживачів. Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відношень на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином. Цей показник є однією з найважливіших умов нормального функціонування і розвитку сфери підприємництва в економіці будь-якої країни.

Сутність економічної безпеки підприємства полягає в забезпеченні економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, що задовольняють потреби як й індивідуального характеру, так і потреби суспільства [1].

Економічна безпека підприємства обумовлена впливом зовнішнього середовища, яке в ринкових умовах постійно змінюється. Саме з позицій впливу зовнішнього середовища, захисту підприємства від його негативного впливу і розглядається зміст категорії економічної безпеки.

Загроза зниження рівня економічної безпеки вітчизняних промислових підприємств обумовлена інерційністю їх структури виробництва, підвищенням фізичного зносу обладнання, технологічною відсталістю.

Як ми можемо розглядати, в сучасних мовах зовнішнє середовище в Україні є нестійким, яке впливає на внутрішнє середовище суб'єктів господарювання, тому в свою чергу керівникам своїх підприємств потрібно сфокусувати свої сили на адаптування та забезпечення економічної безпеки, заради досягнення своєї мети [2].

Активізація підприємницької діяльності населення та становлення його потужного сектору стає важливим і невід'ємним завданням гарантування економічної безпеки держави на сучасному глобальному етапі розвитку міжнародних відносин. Економічний розвиток держави буде прогресивним і стабільним лише за умови ефективного функціонування окремих суб'єктів господарювання, що утворюють сукупність економічної системи держави [2].

Процес пошуку шляхів підвищення рівня економічної безпеки підприємства пов'язаний детальним аналізом загального рівня економічної безпеки, його основних складових; аналізування слабких місць, факторів які можуть вплинути на покращення або погіршення економічної безпеки підприємства. Найбільш уваги приділяють до аналізу складових економічної

безпеки, так як вони характеризують цільну картину подій, які можуть статися протягом дослідного періоду.

Для ефективної і успішної діяльності підприємства та досягнення головної мети бізнесу, важливо постійно дотримуватись зазначених рекомендацій. В залежності від специфіки діяльності та структури підприємства, кожний із запропонованих заходів посилення економічної безпеки може мати власну структуру [3].

До шляхів покращення економічного стану транспортно-експедиторських підприємств повинні орієнтуватися на оптимальне використання власних активів підприємства, потрібних для досягнення поставленої мети, що можливе через зменшення потенційних економічних загроз і підвищення економічної безпеки суб'єктів господарювання, а саме:

- створення умов для збільшення ефективності функціонування підприємства через підтримання достатнього рівня його фінансової стабільності і ліквідності;
- впровадження в діяльність підприємства новітніх інформаційних технологій та сучасного обладнання
- організація оптимальної організаційної структури для ефективного управління;
- підтримання кваліфікації працівників підприємства на належному рівні та оптимальний розподіл функціональних обов'язків;
- досягнення належного захисту комерційних інтересів та внутрішньої інформації підприємства, досягнення належного рівня взаємодії всіх структурних підрозділів компанії;
- впровадження сучасних заходів для захисту навколишнього середовища від шкідливих наслідків роботи підприємства; — забезпечення дієвого юридичного захисту всіх напрямів діяльності підприємства;
- забезпечення дієвих заходів безпеки працівників підприємства, його капіталу, активів і інтересів бізнесу [4].

Висновок. Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відношень на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином. Шляхи підвищення рівня економічної безпеки транспортно-експедиторських підприємств будуть сприяти насамперед зміцненню їх фінансової безпеки, що дає можливість стабільно й ефективно контролювати та захищати свою господарську діяльність.

Список використаних джерел

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
2. Варналій З. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія. Київ : Знання України, 2011. 299 с.
3. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект : монографія. Київ : Книжкове вид-во НАУ, 2007. 436 с.
4. Денисенко М. П., Колісніченко П. Т. Пріоритетні напрями посилення економічної безпеки. *Економіка та держава*. 2017. №3. С. 31-35.

Ваташук В.Ю.
студентка 36 групи,
Горлова О.П.
к.е.н, доцент

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ: ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

З латинської мови слово «імідж» перекладається як «певний образ, уявний характер, символ, подібність». Життя фірми визначається не тільки тим, як вона працює, а й ставленням до неї інших людей. Тому створення іміджу підприємства є важливим напрямком діяльності підприємства. Важливу роль у формуванні іміджу відіграє стратегічне управління; це створює конкурентну перевагу в організації, що забезпечує її розвиток і успішне існування.

Основними маркетинговими інструментами для формування іміджу є:

- товарна політика підприємств — це комплекс заходів щодо формування ефективного асортименту, який спрямований на підвищення конкурентоспроможності продукції, створення нової продукції тощо;
- цінова політика підприємств — це комплекс економічних та організаційних заходів, спрямованих на вдосконалення діяльності підприємства, забезпечення стабільності збуту, отримання достатнього прибутку;
- політика розповсюдження — комплекс заходів щодо ефективного планування, організації, регулювання та контролю створення, доставки продукції (послуг) споживачам, метою яких є задоволення їх потреб та отримання прибутку;
- комунікаційна політика підприємств — свідоме формування інформації, що надходить від підприємства на ринок;
- кадрова політика підприємств — це сукупність конкретних правил і положень, що визначають форми та напрями роботи з персоналом.

Для створення позитивного іміджу компанії необхідно: вивчати потреби та переваги покупців, пропонувати товар/послугу, на який очікує споживач, використовувати нові технології та покращувати позиції товару на ринку. Розглянемо вплив іміджу на результати діяльності компанії на прикладі ТОВ «Сільпо Фуд». Компанія впевнено почувається в умовах жорсткої ринкової конкуренції, займає лідируючі позиції за обсягом продажів споживчих товарів. Керівники компанії впевнені, що причина не тільки в стабільності високих фінансових показників та ефективності бізнес-процесів, а й у тому, що команда працює, керуючись незмінними принципами та цінностями [1].

Згідно з фінансовою звітністю ТОВ «Сільпо-Фуд», виручка у 2018 році склала 57,7 млрд грн на рік, у 2019 році — 62,4 млрд грн на рік, у 2020 році — 64,4 млрд грн на рік. Товарообіг у 2020 році склав 49,7 млрд грн, що на 12,19% більше, ніж у 2019 році.

У 2020 році ТОВ «Сільпо-Фуд» отримало довгостроковий кредит від Європейського банку реконструкції та розвитку на мережу, яка допоможе відкрити та оновити 41 супермаркет «Сільпо» протягом 2020-2021 років[2].

На навчання співробітників компанія виділяє 5-10% прибутку. У 2020 році було проведено 170 вступних лекцій, тренінгів та воркшопів для 2484 співробітників за 19 темами, у тому числі: «Натхненний лідер», «Покоління Y&Z», «Навички публічного виступу» та ін., 18 вебінарів для 2823 співробітників на наступні теми: «Сила звички», «Управління емоціями», «Веганські продукти», «Аквакультура. Дика та фермерська риба тощо», 1432 міні-тренінги від керівників та їх заступників для 5212 працівників магазину на теми «Безпека продукції», «Вражаючий сервіс», «Командна робота», «Наставництво» [3].

Отже, у першому розділі було розглянуто теоретичні основи формування іміджу підприємства, досліджено сутність понять «імідж підприємства», визначено головні елементи та характеристика іміджу підприємства. Також у першому розділі досліджуються формування та оцінка іміджу підприємства.

У другому розділі, присвяченому аналізу процесу формування ТОВ «Сільпо-Фуд», розглядається організаційно-економічна характеристика підприємства, а також цінності та місія компанії.

У цьому розділі проаналізовано динаміку основних техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за останні роки з метою виявлення тенденцій розвитку підприємства. Аналіз основних показників ТОВ «Сільпо - Фуд» свідчить про стабільну роботу підприємства з позитивною динамікою зростання. Про це свідчить постійне зростання операційного доходу щороку. Про позитивну динаміку зростання компанії свідчить наявність чистого прибутку у 2016-2020 роках, оскільки у 2014-2015 роках відбулася втрата збиткової діяльності. Тобто можна зробити висновок, що компанія зростає, а з нею і кількість співробітників і гостей. Крім того, розглядаючи звіти, можна сказати, що компанія піклується про своїх співробітників, а це має вирішальне значення для створення та підтримки сильної організаційної культури.

Але все ж виявились такі недоліки:

- відсутня організація індивідуальної роботи з працівниками врахування типу особи, темпераменту;
- належна адаптація нового співробітника, ознайомлення з історією організації та корпоративним кодексом проводитися не буде.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко І.М., Ханіна А.О. Особливості розвитку конкурентності стратегії торговельного підприємства на маркетингу. Матеріали III всеукраїнської наукової Інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12614/1/OIP2018_P141-152.pdf.
2. Формування моделі сучасного менеджера шляхом удосконалення стилю управління персоналом на прикладі ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/26410/1/.pdf>.

3. Корольков В., Ткачук О., Корогод М. Удосконалення механізму стимулювання торговельно-оперативного персоналу мережі «Сільпо». *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 9(261). С. 84-101. URL: n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2018/261/pdf/84_101.pdf.

Влащенко А.Ю.

студентка 36 групи,

Грінченко Р.В.

д.е.н, доцент

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні умови господарювання та динаміка економіки вимагають спрямування діяльності підприємств на інноваційний шлях розвитку, розроблення концептуально нових підходів до забезпечення конкурентоспроможності підприємства та ефективного його функціонування з метою забезпечення сталого розвитку підприємства та довгострокового утримання конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність підприємства розглядається як можливість підприємства використовувати свої порівняльні переваги в економічній, технологічній, організаційній, інноваційній сферах діяльності для досягнення значно кращих результатів від виробництва і реалізації товарів і послуг по відношенню до виробників і постачальників аналогічних товарів і послуг.

Результатом інноваційної діяльності є інноваційна продукція, яка законодавчо визначена як нові конкурентоспроможні товари чи послуги [1]. Така продукція є результатом інтелектуальної праці та може бути представлена у вигляді матеріального предмету або мати неречову форму.

Основними показниками оцінки рівня конкурентоспроможності інноваційної продукції на ринку є фактори, які визначають ринкову кон'юнктуру: наявність споживачів певного виду продукції; кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію; обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому та кожного окремо взятого підприємства; основні напрями конкурентної боротьби на ринку; оцінка стратегічної діяльності конкурентів; політика горизонтальної інтеграції; розмаїття методів конкуренції; стабільність попиту на продукцію підприємства в кожному сегменті ринку [2].

В контексті забезпечення конкурентоспроможності важливим є поділ інновацій на базові та інновації ситуативно-похідного типу. За допомогою вищенаведених типів формується цикл забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства [3, с. 282].

Розвиток української економіки напряму залежить від успішного функціонування наукомістких сфер виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції цих сфер та створення сприятливих умов для їх подальшої діяльності. Систематичне впровадження досягнень

науково-технічного прогресу за рахунок передових технологій та сучасних форм організації виробництва забезпечить конкурентні переваги вітчизняним підприємствам на внутрішньому ринку та додаткові можливості у міжнародному просторі.

Під впливом наукомістких виробництв на інноваційні системи створюються нові вимоги до технологічних та організаційних рівнів інших секторів економіки. Важливо зазначити, що нестабільність у впровадженні інноваційних процесів, яка виникає через недостатність фінансового забезпечення зі сторони держави та іноземних інвесторів, призводить до гальмування розвитку наукомістких виробництв.

Незважаючи на складну економіко-політичну ситуацію відновлювальне зростання загальної кількості інноваційно активних промислових підприємств та обсягу реалізованої інноваційної продукції в Україні протягом 2017-2019 рр. становить 23 од. та 16 550,7 млн. грн. відповідно. Однак, слід зазначити, що за 4 роки кількість інноваційно активних підприємств зменшилася на 52 од. та в 2019 році становила 15,8% до загальної кількості промислових підприємств [4].

Витрати на інновації разом з кількістю промислових підприємств, що їх впроваджували також скорочуються з кожним роком, що є негативним процесом. Оскільки такі підприємства втрачають свої конкурентні переваги перед тими, які купують готові технології з-за кордону.

Важливість інвестицій в інноваційні процеси важко недооцінити, оскільки вони мають прямий вплив на кінцевий результат – кількість впроваджених інноваційних видів продукції. В даному випадку спостерігається висока кореляція між інвестиціями та впровадженням.

Негативним явищем є відсутність венчурних фондів у чистому вигляді та низький рівень інвестиційної активності. Для ефективної діяльності підприємств потрібне вагоме інвестиційне забезпечення, недостатність якого наразі обумовлює загальне технологічне відставання.

Отже, з огляду на це, можна виокремити певні напрями підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, такі як: модернізація основних виробничих фондів; підвищення експорту продукції з високою доданою вартістю; залучення зовнішніх інвестицій, впровадження інвестиційних програм; створення принципово нових видів техніки та технології; розробка цілеспрямованих заходів з освоєння нової техніки; збільшення частки інтелектуальної власності в активах підприємства; розширення географічного сегмента продажів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. 40-IV. Дата оновлення: 05.12.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 22.04.2022).

2. Лісовська Л. С. Фактори забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції. *Проблеми формування та реалізації конкурентної політики* : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 19-20 вер. 2013 р. Львів, 2013. С. 134-135.

3. Колесов С. В. Інноваційні аспекти конкурентоспроможності промислових підприємств України. *Науковий вісник ДГМА*. 2011. №1. С. 279-285.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.04.2022).

Ганевич М.О.
студентка 26 групи,
Орленко О.М.
к.е.н. ст.викладач

ІНВЕСТИЦІЇ В НЕРУХОМІСТЬ ЯК ОДИН З ВИДІВ ПРИБУТКОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ

«Гроші повинні працювати!», - це була чи не найбільш відома фраза Джона Девісона Рокфеллера, американського підприємця, філантропа і, що для нас найцікавіше, першого офіційного доларового мільярдера в історії людства. Найчастіше люди, які мають стартовий капітал задаються питанням, як же вигідніше його вкласти, щоб надалі отримувати прибуток без високих супутніх ризиків. Відповіддю на це питання нерідко стає інвестування в нерухомість.

Яку доходність у 2021 році показали інструменти інвестицій?



Рис.1-Доходність інструментів інвестицій в Україні за 2021 р. [3]

Як ми бачимо на рис.1, попри суттєвий вплив кризи 2020 р., інвестиції в нерухомість залишаються в п'ятірці найприбутковіших і разом з тим найбезпечніших видів інвестицій. З 2020 р. даний ринок інвестицій почав помітно зростати. Так, очікується, що світовий ринок нерухомості зросте з 3386,11 мільярдів доларів у 2021 р. до 3741,06 млрд. доларів у 2022 р. при сукупному річному темпі зростання (CAGR) 10,5%[1].

Вважаємо за доцільне визначитися з категоріями. Земля відноситься до земної поверхні вниз до центру землі і вгору до повітряного простору над нею, включаючи дерева, корисні копалини та воду. Нерухомість - це земля плюс будь-які постійні рукотворні доповнення, такі як будинки та інші будівлі. Нерухоме майно - одна з двох основних класифікацій майна - являє собою

інтереси, вигоди та права, властиві володінню нерухомістю.

У широкому сенсі нерухомість включає фізичну поверхню землі, те, що лежить над нею і під нею, що постійно з нею пов'язано, а також всі права власності, включаючи право володіти, продавати, здавати в оренду і користуватися землею.

Важливим питанням, яким має задатися кожен початковий інвестор, є питання розрахування рентабельності інвестицій, адже виконання роботи з визначенням середньої прибутковості нерухомості дасть чітке уявлення про те, якими будуть витрати і чи компенсує їх потенційний дохід розумним чином.

Важливим показником для розрахування рентабельності інвестицій є ROI. Показник ROI (Return on Investment, повернення інвестицій) – це коефіцієнт рентабельності інвестицій, який розраховується як прибуток від інвестицій за вирахуванням вартості інвестицій та поділом на вартість інвестицій. Іншим способом розрахунку рентабельності інвестицій є метод «з кишені», який враховує лише гроші, витрачені авансом забезпечення власності.

Розглядаючи рентабельність інвестицій в нерухомість, вважаємо за доцільне поради Володимира Даниленка, засновника M4U, щодо отримання максимального прибутку від інвестування в нерухомість.

Перша порада стосується вибору об'єкта інвестування (табл.2).

Таблиця 2.- Три кроки для вибору об'єкта інвестування

Назва	Роз'яснення
Вивчити забудовників	Рекомендація полягає в тому, щоб купувати нерухомість, виходячи саме з того, кому довіряєш і в кому бачиш перспективу.
Вибір об'єкта	Звісно, тут багато залежить від доступної до інвестування суми. Не варто сподіватися, що за невелику кількість грошей можна придбати, наприклад, сучасну квартиру в центрі великого міста.
Оцінка	Слід розуміти, що такі характеристики, як транспортна доступність, наявність об'єктів соціальної та торговельної інфраструктури в об'єкті або біля нього просто необхідні для збереження конкурентоспроможності активу у тривалій перспективі.

Джерело: Складено автором на основі [3]

Друга порада полягає в розрахунку рентабельності, а саме необхідності прорахувати, чи вигідно нерухомість одразу продавати або вигідніше нею володіти й отримувати дохід від оренди, а вже згодом продати.

Остання порада стосується мінімізації ризиків, тобто жоден об'єкт інвестування зараз не дає 30% річних. Але там, де висока прибутковість, є й ризики. Це потрібно враховувати при виборі об'єкта інвестування [3].

Як ми побачили, такий тип інвестування, як інвестування в нерухомість, дуже багатогранний. Він підходить як для інвестора-початківця, так і для більш досвідченого й ризикового. Рентабельність, звісно, вираховується в індивідуальному порядку, але при грамотному менеджменті на цьому типі інвестування можна отримати достатньо великий відсоток прибутку.

Список використаних джерел:

1. Real Estate Market Size Report 20/21. URL: <https://www.msci.com/research-and-insights/2021-market-size-report>

2. Бізнес-сайт НВ Бізнес. URL:
<https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-vigidno-vklasti-groshi-v-neruhomist-investiciji-v-zhltlo-pributkovist-novini-ukrajini-50140951.html>
3. Бізнес-сайт «Економічна правда». URL:
<https://www.epravda.com.ua/publications/2022/01/10/681180/>

ПРОБЛЕМИ І СПОСОБИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВО

Інвестиції займають одну з провідних ролей у нарощуванні економічного потенціалу країни. Збільшення обсягів інвестиційних вкладень сприяє зростанню виробничого потенціалу підприємств різного масштабу та виробничої спрямованості. Кожне підприємство ставить завдання із залученню додаткових інвестицій, реалізувати яку практично виявляється непросто. Актуальність досліджуваної теми пояснюється тим, що на тлі економічної обстановки, що склалася в країні, підприємствам стало складніше залучати інвестиції на різні цілі, тому необхідно шукати нові додаткові способи пошуку і залучення зовнішніх і внутрішніх інвестиційних ресурсів.

Якщо підприємство потребує інвестицій, то керівництво складає чітку програму заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості. Залучення інвестицій сприяє розвитку конкурентних переваг, збільшення виробничих можливостей, зростання прибутку, і навіть розширенню сфери діяльності підприємства. Для вирішення цього завдання компанія може піти кількома шляхами:

- Наявність достатнього обсягу власних коштів та резервів. Але таких підприємств дуже мало, і, крім того, такий спосіб розширення зазвичай пов'язаний з тим, що наявні кошти були вилучені із самого виробничого процесу, що не є оптимальним варіантом
- Залучення коштів зовнішніх інвесторів. Цей метод є кращим, оскільки він дозволяє підприємству не звертатися до внутрішньої оптимізації фінансових потоків, а залучати фінансові ресурси із боку. У цій ситуації перед керівництвом компанії постає непростий вибір: отримати додаткові фінансові ресурси за допомогою кредитування, або знайти зовнішнього інвестора.

Можна виділити низку проблем, що перешкоджають залученню додаткових інвестицій в основний капітал промислових підприємств:

- довгі терміни окупності проектів;
- необхідність великих капітальних вкладень, і навіть високий рівень зносу устаткування, переважання застарілої техніки та технології виробництва;
- недосконалість законодавчої бази у сфері інвестування;
- високий рівень податків, особливо для іноземних інвесторів;
- відсутність чіткого, закріпленого законом механізму захисту іноземних контрагентів;
- низький рівень державної підтримки промислових підприємств.

Щоб залучити зовнішнього інвестора підприємству необхідно виконати низку умов [1, с. 68]:

- інвестор має бачити основні фінансові показники компанії: рівень прибутку, обсяги випуску продукції, обсяги реалізації та інші важливі показники;
- інвестор повинен бачити докладний бізнес-план проекту, що інвестується, з розрахованою нормою прибутку, термінами окупності, а також рентабельності бізнесу;
- надання гарантій щодо беззастережності статусу власності вкладеного інвестором капіталу;
- надання достовірної інформації про можливі ризики, які можуть виникнути під час реалізації проекту, а також про всіх відповідальних за проект осіб;
- чітко визначений та документально закріплений правовий статус інвестора, що визначає ступінь його участі у проекті та частку власності.

Існує безліч способів залучення інвестицій, і для кожної сфери виробництва вони матимуть свої особливості. Розглянемо основні методи залучення інвестицій, якими користуються сучасні підприємства [1, с 69]:

- Розробка методів захисту інтересів інвестора, закріплених законодавчо.
- Перехід на сучасні стандарти фінансової звітності, що передбачає виключення «подвійної бухгалтерії», а також ведення звітності за стандартами МСФЗ чи US GAAP.
- Відкритість бізнесу, що передбачає прозорість та відкриту інформаційну політику компанії. Таке підприємство публікує фінансові звіти у відкритих інформаційних джерелах, користується інструментами PR.

Таким чином, для покращення інвестиційного клімату, підвищення конкурентоспроможності та привабливості українських підприємств необхідно поступово усувати суперечливість у законодавстві, провести розбудову системи державних закупівель та зробити їх лише на конкурсній основі. Провідні економісти постійно говорять про важливість покращення інвестиційного клімату в країні. Обсяги інвестування безпосередньо пов'язані зі зростанням валового національного продукту та економічним зростанням у країні. Тому інвестувати необхідно у галузі, які є передовими та визначають стратегію розвитку економіки України. Реалізація цих заходів дозволить залучити більше іноземних інвесторів, досягти зростання інвестиційної привабливості підприємств та забезпечить зростання внутрішніх інвестицій. Таким чином, реалізуючи грамотно складений інвестиційний план, систему управління ризиками, маркетингову стратегію та інші інструменти можна отримати інвестування та мінімізувати ризики.

Список використаних джерел

1. Сидорова Є.Є., Околелова Г.С., Самарська А.Ю. Проблеми та шляхи залучення інвестицій в основний капітал промислового підприємства. *Вісник ВДТУ*. Випуск №16. 2012. С. 66-69.

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ У ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ

У зв'язку зі становленням ринкових відносин останніми роками виникло і стало активно розвиватися новий науково-практичний напрямок - логістика. Це пояснюється тими значними результатами, які були отримані завдяки застосуванню логістичного підходу в економіці розвинених капіталістичних країн. Логістика стала інструментом бізнесу таких відомих корпорацій, як IBM, Proctor & Gamble, General Motors, Ford Motors, Johnson & Johnson та багато інших [2 с. 174].

Якщо компанія, здійснюючи поставки, не забезпечує їх своєчасності і не цікавиться реакцією клієнтів, вона навряд чи збільшить кількість замовлень. Якщо для клієнтів точність і швидкість поставок важливіші за ціну, то вони звернуться до іншого постачальника [1]. Фірма повинна боротися за кожного свого клієнта, інакше надалі можуть виникнути проблеми з визначенням вибору шляхів розвитку, отже, логісти на підприємстві повинні звертати увагу не тільки на внутрішнє середовище підприємства, а й на зовнішнє.

Щоб побудувати діючу систему KPI, організація має встановити стандарти вимірів. Незважаючи на те, що це може здатися простим завданням, практика показує, що можуть знадобитися місяці, а іноді й роки, для того, щоб перейти від змішання різного роду розуміння до загальнокорпоративного розуміння. Наприклад, функціональні менеджери однієї з провідних американських авіаліній витратили кілька місяців, домовляючись значення терміна «політ» (рейс) і «сегмент ринку» [2 с. 174].

Ключові показники ефективності: [3 с. 312]

- Рівень (повнота) виконання замовлень. Це основний показник, за результатами виміру якого оцінюється задоволеність клієнта якістю управління товарними запасами із боку постачальника.
- Точність прогнозу. Якісне управління товарними запасами неможливо організувати без якісного прогнозування споживчого попиту та продажу.
- Частка ідеальних замовлень. Переважна більшість логістичних операцій є послугами, тому логістичний сервіс можна визначити як надання логістичних послуг (в результаті виконання відповідних операцій) внутрішнім або зовнішнім споживачам. Цей показник характеризує якість сервісу, що надається клієнтам підрозділом логістики та управління ланцюгами постачання, і розраховується як відношення кількості ідеально виконаних замовлень до загальної кількості виконаних замовлень за період.

- **Оборотність.** Цей показник є універсальним інструментом вимірювання ефективності управління матеріальними ресурсами. Як правило, інвестиції в товарні запаси відволікають суттєвий обсяг робочого капіталу, і від того, як швидко компанія проходить цикл «гроші — товар — гроші», залежить економічна ефективність бізнесу. Оборотність показує, скільки днів продаж може забезпечити наявний товарний запас за умови, що динаміка продаж істотно не зміниться.
- **Повернення вкладені кошти.** Даний показник розраховується за фінансовою формулою та вимірює ефект від інвестицій у заданий період часу. Цей класичний показник допомагає зрозуміти, які інвестиції справді варто розглядати серйозно, а яких можна сміливо відмовитися.
- **Логістичні витрати.** Логістичні витрати (витрати) - це сума всіх витрат, пов'язаних з виконанням логістичних операцій, таких як транспортування, складська обробка та зберігання, управління товарними запасами плюс оплата праці персоналу.
- **Середній час виконання замовлення.** Швидкість виконання замовлення завжди була і залишається серйозною конкурентною перевагою для будь-якої компанії, а для інтернет-бізнесу неухва до даного показника може стати причиною втрати істотної частки замовлень.

Проблема розробки методик визначення та застосування ключових показників ефективності у сфері конкурентоспроможності останнім часом є дуже актуальною. Проте запропоновані методики ключових показників ефективності у сфері конкурентоспроможності часто не враховують різноманіття застосування показників ефективності у сфері менеджменту якості, управління якістю при забезпеченні у виробництві ключових показників характеристик продукції та технологічних процесів.

Список літератури:

1. Чекур І. Логістика як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Lobanov Logist.* URL: https://www.lobanov-logist.ru/library/all_articles/55216/ (дата звернення: 28.03.2022).
2. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Трансфер інноваційних технологій як запорука розвитку підприємницької діяльності. *Підприємництво, торгівля, біржі в процесі соціально-економічного розвитку*: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Гонтаревої. Харків, 2018. 174 с.
3. Окландер М.А. Логістична система підприємства : монографія. Одеса : Астропринт, 2004. 312 с.

МОТИВАЦІЯ І ДЕМОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Мотивація – це одна із найважливіших складових ефективного функціонування підприємства, яка забезпечує основу його розвитку. Проте низка бар'єрів може змінити позитивну кореляцію між мотивацією персоналу та перспективою розвитку підприємства. Проблема дослідження стосується місця мотивації співробітників у розвитку як одного з ключових елементів стратегічної системи показників. Дослідження та аналіз рівня мотивації співробітників та взаємозв'язок рівня мотивації з результатами діяльності організації набуває все більшої актуальності в умовах конкурентної середовища.

Ключовим чинником успіху підприємства в сучасних умовах є мотивація співробітників. Працівник, який задоволений, ідентифікує себе з організацією та любить виконувати роботу, ефективний, відданий, продуктивний, лояльний до роботодавця та працездатний. Суть працездатності людини полягає у придбанні її внутрішньої мотивації. Співробітник має хотіти працювати, а не бути примушеним до цього. Тільки коли люди демонструють свою готовність щось робити та належним чином мотивовані, можна гарантувати результати.

Функція мотивації в управлінні бізнесом становить найбільшу проблему для керівників, оскільки вона стосується розуміння і, наскільки це можливо, задоволення потреб працівників різних особистостей.

Мотивація розглядається як складний внутрішній процес контролю людської поведінки. Функція цього процесу — контролювати поведінку, тобто визначати напрямок. Умовою виникнення мотиваційного процесу є прив'язка результату здійсненої дії до певної цінності.

Величезну роль побудові мотивації грає безпосередньо керівник підприємства міста і з погляду Багірової І.Х. Будь-який керівник завжди усвідомлює, що необхідно спонукати людей працювати на організацію, але при цьому вважає, що для цього досить простої матеріальної винагороди. Іноді така політика буває успішною, хоча по суті вона не вірна »[1, с. 56-57]. Вибір тієї чи іншої системи мотивації залежить від:

- виду діяльності підприємства (виробництво, видобуток, обробка, навчання та ін.);
- операційної стратегії та мети компанії;
- стадії розвитку самої компанії.

Однією з перших проблем із використанням демотивації є відсутність переконливого визначення; Більшість літератури, яка посилається на цю концепцію, використовує її досить недбало, припускаючи, що читачі згодні з ідеями. Але ж навіть коли автори представляють визначення, вони рідко бувають зрозумілими чи повними.

Мотиваційна система всередині організації виконує конкретні завдання:[1 с. 59-61]

- стимулювання працівників якісно виконувати поставлені завдання;
- підвищення продуктивності праці;
- створення позитивного настрою усередині команди;
- зниження кадрової плинності;
- залучення та утримання цінних, компетентних, висококваліфікованих спеціалістів;
- підвищення лояльності працівників до організації, де вони працюють; створення корпоративної культури.

Основні факти демотивації персоналу[2, с. 314]:

- порушення негласного договору;
- невикористання будь-яких навичок співробітника, які він сам цінує;
- ігнорування ідей та ініціатив;
- відсутність почуття причетності до компанії;
- відсутність відчуття досягнення, не видно результатів, немає особистого та професійного зростання;
- відсутність визнання досягнень та результатів з боку керівництва та колег;
- відсутність змін у статусі працівника.

Мотивація одна із найважливіших елементів перспективи розвитку бізнесу, яка, своєю чергою, формує основу у розвиток інших перспектив моделі стратегічної системи показників. Створення перспективи розвитку компанії на основі потенціалу та мотивації співробітників залежить від розуміння і водночас спрощення методик вимірювання мотивації, що ніби заповнює прогалину між цінностями та економікою підприємства. Задоволеність працівників є передумовою для підвищення продуктивності, гнучкості, якості продукції та належного обслуговування клієнтів. Тому важливо проводити щорічне дослідження задоволеності працівників. Загальний показник задоволеності може бути включений до стратегічної системи показників і, згодом, щодо відділів, відділів або окремих керівників.

Список використаних джерел

1. Слоньовський М. В. Мотивація як основний принцип розвитку людських ресурсів системи публічного управління. *Ефективність державного управління*. 2018. Вип. 1 (54), ч. 1. С. 56–61.
2. Овсюк Н. В. Мотивація та стимулювання праці: сутність понять та відображення їх в обліку. *Інноваційна економіка*. 2014. № 4. С. 314

Дубілей Д.О.
студентка 54 групи,
Танасюк І.М.
К.е.н., доцент

СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досягнення економічного зростання та належного рівня конкурентоспроможності підприємствами безпосередньо пов'язане з впровадженням інновацій. Формування інноваційної стратегії підприємства дозволяє забезпечити ефективну інноваційну діяльність з урахуванням загальної стратегії, наявних ресурсів та впливу зовнішнього середовища.

Стратегічне управління є діяльністю з досягнення важливих довгострокових цілей підприємства в умовах постійних зовнішніх змін, шляхом зміни стану самого підприємства [1]. Для інноваційної діяльності стратегічне управління має особливе значення та зумовлює формування інноваційної стратегії як частини загальної стратегії підприємства.

У науковій літературі існують різні підходи до визначення сутності інноваційної стратегії і деякі з них наведені у таблиці 1.

Таблиця 1.

Сутність інноваційної стратегії

Інноваційна стратегія - це	Автор
-один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для цієї організації, для галузі ринку, споживачів, країни загалом	Ансофф І. [1]
-будь-який новітній засіб досягнення стратегічної мети підприємства	Янковець Т.М. [2]
-певна взаємопов'язана послідовність дій щодо забезпечення ефективної інноваційної діяльності підприємства з урахуванням загальної стратегії за умов обмеженості ресурсів та перманентного впливу зовнішнього середовища.	Спіфанова, І. Ю. [3]
-взаємозв'язаний комплекс дій задля забезпечення умов тривалого виживання й розвитку підприємства на ринку на основі створення і впровадження інновацій	Ілляшенко С.М. [4]
-набір правил, методів і засобів пошуку найкращих перспективних для організації напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики	В.В. Македон, Д.С. Рубець [5]

Аналіз дефініцій інноваційної стратегії показав, що загалом інноваційна стратегія є досить схожою із загальною стратегією підприємства і передбачає

або посилення становища підприємства в обраному сегменті ринку певної галузі, або ж активну диверсифікацію діяльності. Принциповою різницею між загальною та інноваційною стратегіями є те, що інноваційна стратегія обов'язковим елементом має елемент новизни [3].

Основними чинниками для формування інноваційної стратегії є внутрішнє та зовнішнє середовище, інноваційний потенціал підприємства і наявність ресурсів для інновацій та (або) можливість їх залучення [6]. Інноваційна стратегія підприємства базується на науково-технічних дослідженнях та прогнозах. Вона формується з урахуванням можливих кардинальних змін в галузі, впровадження та розробці винаходів та технологічних проривів. Тому при її розробці доцільно враховувати життєвий цикл продукції, проаналізувати динаміку попиту та сучасні технологічні зміни. Інноваційна стратегія має тісний зв'язок з обраними загальними стратегіями, стратегіями маркетингу та розвитку виробництва.

Інноваційні стратегії сприяють зростанню прибутковості фірми, оскільки дають можливість знижувати собівартість продукції з допомогою впровадження сучасних технологічних процесів, забезпечувати нарощування обсягів виробництва та продаж конкурентоспроможної продукції, яка має попит на ринку.

В сучасних умовах, враховуючи стан економіки нашої країни та наслідки військових дій, підприємства потребують переосмислення та зміни існуючих як загальних так і інноваційних стратегій. Стратегії розвитку змінюються на стратегії виживання, але це тимчасово. Попереду у бізнеса багато роботи по відновленню та модернізації обладнання, пошуку нових ринків збуту та прогресивних напрямків інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва. Экономика. 1989. 358 с.
2. Янковець Т.М. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. No 2. С. 167–174.
3. Єпіфанова, І. Ю. Формування інноваційних стратегій промислових підприємств у сучасних умовах. *Підприємництво та інновації*. 2016. (13). С. 33-39. URL: https://doi.org/10.37320/2415-3583/13_6
4. Ілляшенко С.М. Інновації у маркетингу і менеджменті : монографія. Суми: Папірус, 2013. 616 с.
5. Македон В.В., Рубець Д.С. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: теорія та методологія. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Серія: *Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2013. No 45 (1018). С. 75–86.
6. Dzhezdzhula V.V., Yepifanova I.Yu. Methodological bases of concept formation and choice of innovative business strategies. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No 3. P. 51–59.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПРИСКОРЕННЯ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки України оборотні кошти, як економічна категорія потребують глибшого дослідження та удосконалення організації управління ними на практиці. Від ефективності визначення та використання оборотних коштів залежать такі економічні показники як: ліквідність, фінансова стійкість, платоспроможність та рентабельність.

Теоретичні дослідження будь-яких економічних процесів та явищ повинні бути підґрунтям для прийняття тих чи інших управлінських рішень у практичному їх відображенні. Саме тому для підвищення ефективності використання оборотних коштів потрібно досліджувати сутність цієї категорії.

Дослідженню сутності категорії «оборотних коштів» присвячено праці багатьох вчених, таких як: А. Поддєрьогін, С. Покропивний, Л.О. Роштейн, Г. М. Азаренкова, Н. П. Любушин, В.Б. Лещева, В. Г. Дьякова, А. П. Зуділін, В. В. Ковальов, О. В. Єфімова, М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька, І. О. Бланк, Є. Брігхем та інші.

Оборотний капітал пропонується розуміти як наймобільнішу частину капіталу, що слугує для забезпечення безперервності всіх процесів, включаючи поставки сировини, виробництва продукції та її збуту [1, с. 105]

Організація оборотних коштів є основоположною в загальному комплексі проблем підвищення їх ефективності. Організація оборотних коштів включає:

- 1) визначення складу і структури оборотних коштів;
- 2) встановлення потреби підприємства в оборотних коштах;
- 3) визначення джерел формування оборотних коштів;
- 4) розпорядження і маневрування оборотними коштами;
- 5) відповідальність за збереження та ефективне використання оборотних коштів [2, с. 24].

Ефективне використання оборотних коштів – це таке їх функціонування, під час якого забезпечується стійкий стан фінансових ресурсів та досягаються найвищі результати діяльності при найменших витратах підприємства.

Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства і поліпшення його фінансового стану багато в чому залежать від раціонального використання та ефективного управління оборотними коштами. Ефективність використання оборотних коштів характеризується оборотністю оборотних коштів підприємства [3].

Головною задачею управління оборотними коштами підприємства є максимально можливе скорочення тривалості їх обороту, через те, що від тривалості обороту оборотних коштів залежить величина необхідних підприємству коштів для здійснення процесу виробництва та реалізації

продукції. Найбільш важливим принципом оптимізації оборотних коштів підприємства є встановлення співвідношення джерел формування оборотних коштів та напрямків їх розміщення [4].

Підвищення ефективності використання оборотних коштів можливе за рахунок таких заходів:

1. Скорочення строків виготовлення продукції в результаті механізації робіт, удосконалення технологічних процесів.
2. Зменшення обсягів виробничих запасів за рахунок поліпшення організації матеріально-технічного постачання, зменшення дальності їх транспортування.
3. Економія матеріальних ресурсів, їх краще зберігання, суворе дотримання норм витрат.
4. Удосконалення розрахунків із замовниками, поліпшення фінансової та платіжної дисципліни.

Надходження і використання оборотних активів є необхідною умовою здійснення процесу управління активами зокрема і всім підприємством взагалі. Головною метою такого аналізу можна визначити підвищення якості продукції, що виробляється підприємством, зниження її собівартості і забезпечення ритмічності та безперервності виробничого процесу.

Таким чином, можна зробити висновок, що багато вчених досліджували поняття «оборотних коштів» і кожне з них вимагає певної уваги. Дослідивши різні економічні літературні джерела, можна виділити різні підходи щодо визначення економічної сутності оборотних коштів, які взаємопов'язані із такими поняттями, як оборотні активи, оборотний капітал та оборотні засоби.

Надходження і використання оборотних активів є необхідною умовою здійснення процесу управління активами зокрема і всім підприємством взагалі.

Для того, щоб ефективно використовувати оборотні кошти, підприємство повинно застосовувати певні методи, завдяки яким збільшиться оборотність, до головних можна віднести: нормування оборотних коштів; поліпшення якості та конкурентоспроможності продукції, що випускається; вибір найбільш оптимального способу постачання та збуту продукції; напрями зменшення матеріаломісткості продукції та інші.

Список використаних джерел

1. Літвінов О. С. Управління оборотним капіталом підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Одеса : ОНЕУ, 2021. № 7-8 (284-285). С. 103-108.
2. Стоянова Е. С. Фінансовий менеджмент: теорія і практика. Москва: Перспектива, 2004. 656 с.
3. Бердар М. М. Фінанси підприємств: підручник. Київ : Навч. пос., 2012. 446 с.
4. Кошельок Г. В., Коваль В. В., Белік Д. О. Теоретичні основи оптимізації структури оборотних коштів підприємства. *Вісник Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2015. Вип. 1 (78). С. 45-52.

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Основною метою будь-якої підприємницької діяльності є прибуток як джерело фінансових ресурсів для розвитку підприємництва, що задовольняє потреби власників підприємства і держави в цілому. Продуктивна, результативна робота підприємства залежить від різних зовнішніх та внутрішніх чинників: стану економіки, кваліфікованості працівників, але жодне підприємство не здатне функціонувати без власного капіталу, який включає в себе багато складових. В основі вартості витрат виробництва лежать об'єктивні фактори: потреби в сировині та матеріалах, механізмах, робочій силі, рівень цін, що утворився на ресурси, також впливає раціональне й ефективне їх використання. Таким чином, боротьба підприємства за зниження вартості виробництва, ефективного використання капіталу є важливим кроком підвищення економічної віддачі від підприємства, зростання його конкурентоспроможності.

Проблеми розвитку і удосконалення оборотного капіталу розглядали у своїх працях такі науковці: Б.А. Анікіна, М.І. Баканова, Л.А. Богдановської, І.І. Бойко, В.М. Івахненко, А.І. Ковальова, М.Р. Ліндерса, С.Ф. Покропивного, А.Р. Родіонова, Г.В. Савицької, Р. Томаса, А.Д. Шеремета та інші.

Почнемо з того, що оборотний капітал можна розглядати як предмет праці у грошовому еквіваленті, що існує на всіх стадіях кругообігу та який споживається в процесі одного операційного циклу і цілком переносить свою вартість на створений продукт під час виробництва [1].

Слід відмітити, що існують оборотні фонди, які послідовно приймають грошову, товарну і продуктивну форми, що призводить до їх поділу на: виробничі фонди та фонди обігу. Оборотні виробничі фонди відрізняються від основних виробничих фондів тим, що витрачаються в кожному виробничому циклі та їх вартість переноситься на продукт праці цілком в цьому ж циклі.

Ключовою особливістю оборотного капіталу є процес його обігу з метою одержання прибутку. Важливим в дослідженні сутності оборотного капіталу є окреслення певних ознак, які виявляють ті особливості економічної категорії, що визначають поняття «оборотний капітал» підприємства [3]. Також окреслимо питання стосовно його організації, бо воно є ключовим в проблемі підвищення його використання. Організація оборотного капіталу включає:

- визначення складу і структури оборотних коштів;
- встановлення потреби підприємства в оборотних коштів;
- визначення джерел формування оборотних коштів;
- відповідальність за збереження та ефективне використання оборотних

коштів [5].

Головною метою управління оборотним капіталом є досягнення оптимального балансу між прибутковістю, оборотністю та ліквідністю.

Тим часом, важливість джерел формування оборотного капіталу полягає в тому, що вони впливають на швидкість його формування та ефективність використання. Ці джерела підрозділяються на три види: залучені, власні та позикові. Їх особливість полягає в тому, що кожне підприємство обирає свою стратегію фінансування та формує план розвитку в залежності від потенціалу та його особливостей.

Наявність у підприємства оборотного капіталу, їх склад і структура, ефективність використання та швидкість обороту впливають на фінансовий стан, а також стабільність його становища на ринку. Виділяють три важливих поняття, а саме:

- ліквідність – це здатність швидко продати активи й одержати гроші для сплати своїх зобов'язань;
- платоспроможність – це можливість погашення у встановлений строк своїх боргових зобов'язань;
- можливість подальшої мобілізації фінансових ресурсів.

Ефективне використання оборотного капіталу підприємства відіграє важливу роль у забезпеченні стабільної, нормалізованій роботі, підвищенні рівня рентабельності, проте залежить від дії великої кількості факторів.

Взагалі, одним з головних завдань підприємства при керуванні капіталом є оптимізація величини оборотних коштів. Керівництву обов'язково треба уникати ситуації, коли буде гострий дефіцит оборотних коштів, який може призвести до фінансової кризи на підприємстві. Також треба слідкувати за тим, щоб поточні активи не перевищували поточні зобов'язання, бо це погіршує ліквідність підприємства, мінімізує прибуток і уповільнює оборотність самих оборотних коштів.

Існує багато різних варіантів оптимізації оборотного капіталу підприємства, бо це трудомістке поняття, яке включає в себе багато складових.

Також розглянемо той факт, що система управління оборотним капіталом – це частина загальної фінансової стратегії підприємства, яка включає в себе формування необхідного обсягу і складу оборотного капіталу, раціоналізації й оптимізації структури джерел його фінансування.

Список використаних джерел

1. Брушко І.В. Методологічні основи управління оборотним капіталом. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/54467/09-Brushko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 24.04.2022)
2. Ватченко О. Б., Тахмазова І.Б. Управління оборотним капіталом підприємства. *Економічний простір*. 2011. № 50. С. 193–200.
3. Дукаль Г. С. Управління обіговим капіталом та його вплив на фінансовий стан підприємств. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/19_1/181_Dukal_19_1.pdf (дата звернення: 24.04.2022)

Іваненко І.К.
студентка 46 групи,
Кічук О. С.
к.е.н., доцент

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Інноваційний процес у сучасному світі є важливою частиною діяльності кожного підприємства. Оцінка та аналіз показників економічної ефективності інновацій дозволить знайти найбільш перспективні напрями інноваційного розвитку та розробити рекомендації щодо їх подальшого впровадження на підприємстві.

Питанням інноваційних процесів присвячені наукові праці світових та вітчизняних вчених – Г. Менша, Л. Антонюк, а О. Савчук, та П. Харів вивчали показники ефективності різних типів нововведень та виділяли способи покращення їх результативності.

Українські підприємства впроваджують нововведення, виробляють нові види продукції та створюють інноваційні технології. У глобальному індексі інновацій (GII) за 2021 рік Україна посіла 49 місце із 132 економік світу (на 4 місця нижче минулого року) і мала найкращі позиції у галузі знань та технологій (33 місце) [1, с. 5].

Нами проведено аналіз динаміки витрат на інновації на українських підприємствах і частки інноваційно активних промислових підприємств за 2015-2020 роки та зроблено прогноз на 2022 рік (рис. 1.1). З графіку видно, що найбільша частка інноваційних підприємств та максимальні витрати на інновації були у 2016 році. Проте показники подальших років свідчать про низький рівень інноваційного розвитку українських підприємств в цілому.



Рис. 1.1. Витрати на інновації та частка інноваційно активних

промислових підприємств у 2015-2020 рр. та прогноз на 2022 рік.

Джерело: побудовано автором на підставі статистичних даних [2].

Результати проведеного прогнозування вказують на незначну ймовірність зменшення частки інноваційно активних підприємств до рівня 15,4% за лінійною формою тренду. При наявній тенденції до збільшення витрат на інновації впродовж 2017-2020 років можна очікувати їх збільшення у 2022 році, що призведе до необхідності переорієнтування підприємств на першочергове використання якісних факторів економічного росту, оновлення виробничих фондів, покращення використання ресурсів, розвитку наукомістких виробництв та запровадження інновацій.

Головним способом підвищення ефективності нововведень можна назвати якісну підготовку та вірний вибір інноваційного проекту, що складається з аналізу наявного рівня інноваційного розвитку підприємства та підприємств-конкурентів на ринку, постановки конкретних цілей і завдань нововведень, формування «портфелю» інноваційних проектів, виявлення основних ризиків, визначення величини витрат на впровадження кожного виду заходів, економічна оцінка інновацій за традиційними показниками і тими, що впливають на окремі показники витрат. На основі отриманих даних можна скоректувати перелік інноваційних заходів або скомбінувати різні технології для отримання кращого результату.

Підвищити економічну ефективність технічних нововведень можна шляхом збільшення частки високотехнологічних товарів у загальному обсязі виробництва. Це дозволить отримати більший прибуток, бо зменшить собівартість продукції у довгостроковому періоді.

Інноваційний процес на підприємстві повинен відбуватися у безперервності не тільки з точки зору технології, а і у економічному сенсі, що вказує на необхідність розробки моделі інноваційної політики [3, с. 399]. У ній необхідно поєднати організаційні та технологічні нововведення найбільш ефективно та орієнтуватися на довгострокову дію інновацій, бо саме таким чином можна отримати максимальний результат.

У висновку можна сказати, що інноваційна діяльність українських підприємств зараз знаходиться на невисокому рівні, проте впровадження стратегії інноваційного розвитку та комбінування різних видів нововведень дозволить підвищити ефективність інноваційної діяльності на підприємстві.

Список використаних джерел

1. The Global Innovation Index 2021. Ukraine. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/ua.pdf (дата звернення: 14.04.2022).
2. Витрати на інновації промислових підприємств за 2000-2020 роки. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ni.htm (дата звернення: 14.04.2022).
3. Іванишин О. В. Економічна ефективність інноваційної діяльності підприємств. *Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі:*

зимові диспути : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Дніпро, 4-5 лютого 2021 р. Дніпро, 2021. Т.1. с. 397–400.

ШЛЯХИ СКОРОЧЕННЯ ПОТОЧНИХ ВИТРАТ

Витрати — один з основних ціноутворюючих чинників. Знижаючи поточні витрати виробництва, підприємство будь-якої сфери виробництва отримує можливість знизити ціни і конкурентно переважає в своїй галузі, а також отримує вищі прибутки.

Одним з найважливіших показників, що характеризують роботу промислових підприємств, є собівартість продукції. В. Бобров уточнює, що собівартість продукції — це грошове вираження витрат підприємства або поточних витрат на виробництво та реалізацію продукції.

Розглянемо класифікацію витрат за економічними елементами, що передбачає поділ витрат на [1, с. 509]:

- матеріальні (за вирахуванням вартості зворотних відходів);
- оплату праці;
- відрахування на соціальні заходи;
- амортизацію основних фондів і нематеріальних активів;
- _____ інші витрати.

Факторний аналіз поточних витрат дозволяє визначити чинники, які формують найбільш суттєвий вплив на формування показника собівартості. Аналіз доцільно проводити методом ланцюгових підстановок, який передбачає послідовну заміну показників базового періоду на показники звітного і є одним із методів елімінування.

Результативний показник — це загальна сума собівартості продукції (С), що за адитивною моделлю є сумою матеріальних витрат (МВ), витрат на оплату праці (ВП), відрахувань на соціальні заходи (ВСЗ), амортизації (ВА) та інших витрат (ВІ). Отже, факторна модель буде мати вигляд:

$$C = MB + BP + BCZ + BA + BI \quad (1)$$

Розглянемо цей метод на прикладі підприємства ТОВ «Одеська паляниця», що займається виробництвом хліба та хлібобулочних виробів. За даними підприємства, у 2021 році, порівняно з попереднім, собівартість продукції збільшилася: матеріальні витрати значно зросли за рахунок підвищення цін на матеріальні ресурси, зростання витрат на оплату праці було зумовлено зовнішніми факторами, які не залежать від підприємства. При цьому інші поточні витрати, до яких входять непрямі витрати на управління та обслуговування виробництва, значно зменшилися через зниження орендних і комунальних платежів, витрат на ремонт і обслуговування устаткування тощо.

Зробимо розрахунки впливу цих факторів на собівартість продукції способом ланцюгових підстановок (таблиця 1).

Таблиця 1.

Виявлення величини впливу факторів на собівартість продукції
способом ланцюгових підстановок.

Параметри факторних показників							
П і д с т а н о в к а	Матері-а льні витрати, тис. грн.	Витрати на оплату праці, тис. грн.	Відраху-в ання на соціальні заходи, тис. грн.	Амортизація основних фондів і не матеріальних активів, тис. грн.	Інші поточні витрати, тис. грн.	Собі-вартіс ть продукції, тис. грн.	Вплив фактора на зміну собівартості продукції, тис. грн.
0	3 581,3	145,4	38,9	165,2	631,5	4562,3	-
1	7 559,3	145,4	38,9	165,2	631,5	8541,3	3979,0
2	7 559,3	179,8	38,9	165,2	631,5	8576,7	35,4
3	7 559,3	179,8	35,8	165,2	631,5	8574,6	-2,1
4	7 559,3	179,8	35,8	354,6	631,5	8765,0	190,4
5	7 559,3	179,8	35,8	354,6	49,4	8183,9	-581,1

Джерело: Складено автором на основі даних ТОВ «Одеська паляниця»

Дані свідчать про збільшення собівартості на 3621,6 тис. грн., зокрема: за рахунок впливу матеріальних витрат собівартість збільшилася на 3979 тис. грн., за рахунок впливу витрат на оплату праці – на 35,4 тис. грн., за рахунок впливу амортизаційних витрат собівартість зросла на 190,4 тис. грн. Дію цих факторів трохи зменшили вплив інших поточних (загальновиробничих) витрат, що знизили собівартість на 581,1 тис. грн., та вплив відрахувань на соціальні заходи, що зменшився на 2,1 тис. грн.

За умови зростання мінімальної заробітної плати, а також збільшення цін на енергоносії, найбільш ефективним напрямком є зниження матеріальних витрат шляхом заміни імпортних матеріалів на вітчизняні, прямих стосунків з виробниками матеріалів, зменшення кількості посередників, укладення договорів з постачальниками, які пропонують більш вигідні умови. Також підприємству необхідно приділити увагу скороченню амортизаційних відрахувань.

Одним зі способів скорочення поточних витрат є система “just-in-time” (JIT) – безперервне потокове предметно виробництво [2]. JIT дозволяє компаніям фільтрувати відходи в процесі виробництва, покращувати якість і задовольняти запити споживачів ефективним і надійним способом, а також зменшувати капітальні витрати на утримування складів для запасів, втрати від браку і на відправку продукції в цех на переробку.

Отже, успіх підприємства в зниженні поточних витрат залежить від вибору найбільш вагомої частини витрат підприємства, а також контролю і постійного пошуку оптимізованих шляхів зниження собівартості продукції.

Список використаних джерел

1. Півнюк О. П. Економічна сутність та класифікація витрат в системі управління підприємством. *Економічні науки*. 2010. №7. С. 506–515.
2. Сергіїв В. І. Корпоративна логістика. М. : ІНФРА-М, 2005. 976 с.

Комарніцька Я. О.
студентка 37 групи,
Орленко О. М.
к.е.н., ст. викладач

ВПЛИВ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АВТОТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Недостатній розвиток української транспортної галузі на тлі неефективного використання транзитного потенціалу України, розширення кордонів міжнародного транспортного співробітництва потребує використання нових підходів до розвитку транспортних компаній.

Тому в сучасних умовах ведення бізнесу однією з найважливіших умов забезпечення конкурентоспроможності автотранспортних компаній є розвиток на основі активного застосування та використання нематеріальних активів, що зміцнює їх позиції як на локальному, так і на світовому ринках, реагуючи на зростаючі потреби споживачів. Саме тому актуальним є розгляд, вивчення та вирішення важливих питань, пов'язаних із застосуванням нематеріальних активів у підприємствах транспортної сфери України.

У діяльності підприємств все активніше використовуються такі довгострокові економічні ресурси, як нематеріальні активи, що пов'язано з їх здатністю приносити значні прибутки та забезпечення сталих конкурентних позицій за умов їх ефективного використання.

За походженням нематеріальні активи є результатом творчої діяльності людини, що формуються у вигляді науково-технічних знань і ведуть до суттєвих змін у характері функціонування підприємства. На відміну від природних ресурсів, запаси яких мають певну межу, нематеріальні активи є невичерпним ресурсом, тому останнім часом ми спостерігаємо як вона швидко замінює традиційні матеріальні активи і стає рушійною силою соціального, економічного і культурного розвитку суспільства. Їх застосування забезпечує виробництво інноваційної продукції, збільшення обсягів продажу продукції, зниження її собівартості, ціни і, відповідно, підвищення рентабельності підприємницької діяльності.

Нещодавнє дослідження, проведене McKinsey Global Institute (MGI), показало, що до 2019 року нематеріальні активи становили 40% загального обсягу інвестицій у Сполучених Штатах і десяти країнах Європи, що на 29% більше, ніж у 1995 році [4]. У 2020 році інвестиції в нематеріальні активи збільшились, оскільки пандемія COVID-19 прискорила процеси цифровізації.

Тому довгострокові економічні ресурси, такі як нематеріальні активи, все ширше використовуються в діяльності підприємств, що зумовлено їх здатністю приносити значний прибуток та забезпечувати стійкі конкурентні позиції за умов їх ефективного використання.

Примітно, що єдиними компаніями, які зуміли зберегти темпи зростання 2019 р. після пандемії на початку 2020 р., були ті, які вклали значні кошти у весь спектр нематеріальних активів: інновації, дані та аналітику, а також людський капітал і капітал брендів. Тому, якщо говорити про розвинуті країни світу, то цінність нематеріальних активів для розвитку підприємств та організацій – є загальновизнаним фактом.

У структурі ВВП України у 2020 році транспортна галузь займає близько 7% [5]. Це свідчить про те, що транспортна галузь є важливою складовою національної економіки. Можна навіть сказати, що вона є базовою, оскільки транспорт є органічною частиною будь-якого виробництва, здійснює безперервну та масову доставку всіх видів сировини, палива та продукції від виробничих точок до споживачів, бере участь у зниженні витрат виробництва та розподілу.

Отже, враховуючи загальні тенденції в економіці та на ринку автомобільних перевезень України, основними цілями автотранспортних компаній мають бути інновації та інвестиції в нематеріальні активи з метою:

1. реструктуризації активів автотранспортних підприємств з урахуванням останніх розробок;
2. оптимізації структури витрат за рахунок використання нових схем і структур управління людським капіталом; удосконалення дистанційного керування транспортним плануванням;
3. використання новітніх розробок у сфері навігації, модернізації, ремонту тощо;
4. залучення додаткових клієнтів у сфері пасажирських перевезень шляхом орієнтації на конкретного споживача та підвищення їх безпеки; збільшення частки нематеріальних активів у загальній структурі активів компаній;
5. збільшення доданої вартості та підвищення прибутковості, ліквідності та фінансової стабільності, що дасть можливість залучити додаткових інвесторів;
6. залучення партнерів у сфері інформаційних технологій для формування клієнтської бази автотранспортних компаній, що дозволить налагодити діалог у кіберпросторі.

Список використаних джерел

1. Гуніна О. М., Казаков О. О. Роль нематеріальних активів в вартості підприємства. *Економічні науки*. 2015. № 8 (39). URL: <https://research-journal.org/economical/rol-nematerialnyx-aktivov-v-stoimosti-predpriyatiya/>

2. Літвінов О. С. Управління інтелектуальним капіталом підприємством, як засіб підвищення конкурентоспроможності. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2018. № 6 (76). С. 81-85
3. Brand finance global intangible finance tracker 2020. URL: brand-finance-GIFT-2020.pdf (brandirectory.com) (дата звернення 19. 04. 2022).
4. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення (16. 04. 2022)).

Котець К. Г.
студентка ЦЗФН 54 групи,
Літвінов О. С.
д. е. н., професор

ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Щоденний розвиток інноваційної діяльності, технологічного базису сприяє все більшому розвитку підприємницької діяльності. Тому значну роль в цих процесах відіграє інтелектуальний капітал. Дослідженням інтелектуального капіталу займалися такі відомі вчені: В. Геєць, О. Грішнова, Б. Леонтьєв, Л. Мельник, Е. Брукінг, Т. Стюарт, О. Кендюхов. Розглянемо визначення ІК, яке запропонував О. Кендюхов. Він виділив структурний, функціонально-структурний та термінологічний підходи [1]. Існують три варіанти методів оцінки ІКП — витратний, ринковий та дохідний [2]. Автором було використано для розрахунку вартості ІКП витратну модель оцінки ІКП. Даний метод доцільно використовувати щоб оцінити долю на підприємстві людського капіталу, інтелектуально-технологічного, організаційного та капіталу відносин. При розрахунках частка капіталізованих витрат на формування людського капіталу була 0,16, капіталу відносин — 0,6, організаційного капіталу — 0,3. Коефіцієнт вибуття людського капіталу — 0,34, капіталу відносин — 0,5 та інтелектуально-технологічний капітал — 0,14 (табл. 1).

Таблиця 1

Результати оцінки вартості інтелектуального капіталу підприємства ТОВ «КМД
«КАМБІО» за 2018 — 2020 рр. витратним методом, тис. грн.

№	Показник	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення	Темп приросту, %
1.	Витрати на оплату праці	1279	1411	1364	85	6,6
2.	Адміністративні витрати	1693	1705	7398	5704	336,9
3.	Витрати на збут	2764	8324	7445	4681	169,4
4.	Основні засоби	24004	21489	18487	-5517	-23,0
5.	Капітал підприємства	45587	52589	55287	9700	21,3
6.	Середній відсоток по	11,10	12,00	12,10	1	9,0

	депозитах, %					
7.	Коефіцієнт нарощення вартості грошей	1,241	1,121	1,000	0	-19,4
8.	Капітал підприємства із врахуванням зміни вартості грошей у часі	56573,2 0	58952,3 0	55286,90	-1286,30	-2,3

Продовження таблиці 1

9.	Інтелектуальний капітал	7761,60	11594,6	5784,70	-1976,90	-25,5
10.	Людський капітал	120,70	162,80	161,30	40,50	33,6
11.	Капітал відносин	2728,40	7422,30	1513,00	-1215,40	-44,5

2.	Інтелектуально-технологічний капітал	4546,30	3676,30	2821,50	-1724,80	-37,9
13.	Організаційний капітал	366,10	333,10	1289,00	922,80	252,0

Загальна сума інтелектуального капіталу за 2018 рік склала 7761,60 грн., за 2019 рік — 11594,60 грн., за 2020 рік — 5784,70 грн. Дані таблиці 1 свідчать, що доля інтелектуального капіталу за 2018 рік порівняно з 2020 роком зменшилась на 1976,90 грн. На даний показник подіяли як внутрішні так і зовнішні фактори. Основним зовнішнім фактором, який вплинув на негативну тенденцію стала всесвітня пандемія – COVID-19. Розглянемо розраховані автором результати факторного аналізу прибутку, отримані із використанням методу виявлення ізольованого впливу факторів [3]. Метод виявлення ізольованого впливу факторів виходить з передумови, що при побудові індексної факторної системи змінюється один з факторів, а всі інші фіксуються на базисному рівні [38].

Таблиця 2

Результати факторного аналізу прибутку ТОВ «КМД «КАМБІО» за 2018 та 2020 рр.

№	Змінні	Абсолютний вплив факторів, тис. грн.	Відносний вплив факторів, %
1.	Ікп	-25,6	-25,5
2.	Рп	1365,8	1360,4
3.	Вікп	148,7	148,1
4.	Синергія	1121,9	1117,5

Досліджуване підприємство має суттєві недоліки, взявши за основу показники за 2018 та 2020 рік. Спостерігається значний спад на 2020 рік порівняно з 2018 роком інтелектуального капіталу підприємства. Фактор віддачі інтелектуального капіталу впливає на успішне функціонування підприємства. Отже, ТОВ «КМД «КАМБІО» потрібно звернути увагу на інтелектуальний капітал, адже спостерігається негативна тенденція стосовно даного показника.

Список використаних джерел

1. Літвінов О. С. Інтелектуальний капітал підприємства: сутність, оцінка, розвиток : монографія. Одеса : 2019. 392 с.
2. Літвінов О. С. Особливості оцінки інтелектуального капіталу підприємства. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України* : тези доп. XIII міжнар. наук.-практ. конф., Хмельницький-Кам.-Подільський, 29 листоп. – 1 груд. 2018 р. Хмельницький, 2018.
3. Янковий О. Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу : монографія / за заг. ред. А. З. Підгорного. Одеса, 2012. С. 125-143

4. Янковой А. Г. Индексные модели факторного экономического анализа. // *Сучасні технології. управління. підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи* : матеріали 5-ї міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 26-27 березня. 2010 р. Одеса, 2010. С. 272-277.

Кравчук Д. І.
студентка 46 групи,
Янковий О. Г.
д.е.н., професор

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ПРАЦІ НА ОБСЯГ ВИРОБНИЦТВА НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

Товариство з додатковою відповідальністю «Яготинський маслозавод» є одним з найбільших національних виробників молочної продукції на території України за останні роки. Наразі кількість працівників на заводі перевищує 900 осіб, а фонд оплати праці становить приблизно 150000 тис. грн., що на 37000 тис. грн. більше, ніж у попередньому році. До основних видів діяльності даного підприємства відносяться перероблення молока та виробництва масла і сиру, оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами, роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Асортимент «Яготинського маслозаводу» налічує 36 видів молочної продукції, яка випускається під ТМ «Яготинське». З метою поліпшення якості продукції на «Яготинському маслозаводі» встановлено сучасне високотехнологічне обладнання закритого циклу від світових виробників, яке виключає безпосереднє втручання людини у виробничий процес, починаючи від забору сировини і закінчуючи фасуванням готової продукції, що гарантує безпеку і високу якість продукту [1].

Важливо зазначити, що на визначення обсягів виробництва (Q, тис. грн.) на «Яготинському маслозаводі» здатні впливати такі фактори праці, а саме: середньоспискова чисельність робітників (Т, осіб); середнє число днів відпрацьованих 1 робітником (N, дні); середня тривалість робочого дня (t, годин); середньо-годинний виробіток одного робітника (В, грн.). Розглянемо аналіз впливу факторів праці, використовуючи метод ланцюгових підстановок (табл.1).

Таблиця 1

Аналіз впливу факторів праці на зміну обсягу виробництва

	2019	2020	ΔQ	У тому числі за рахунок:
1. Q	7636	14313, 9	1,875	
				T
2. T	148	121	-	$(121 \cdot 310,9 \cdot 7,7 \cdot 0,021545) / (148 \cdot 310,9 \cdot 7,7 \cdot 0,021545)$

				5) = 0,81757
				N
3. N	310,9	347,5	-	$(121 \cdot 347,5 \cdot 7,7 \cdot 0,021545) / (121 \cdot 310,9 \cdot 7,7 \cdot 0,021454) = 1,11772$

Продовження табл.1

				t
4. t	7,7	7,8	-	$(121 \cdot 347,5 \cdot 7,8 \cdot 0,021454) / (121 \cdot 347,5 \cdot 7,7 \cdot 0,021454) = 1,01299$
				B
5. B	0,021545	0,04365	-	$(121 \cdot 347,5 \cdot 7,8 \cdot 0,04365) / (121 \cdot 347,5 \cdot 7,8 \cdot 0,021545) = 2,0256$

Перевірка балансового співвідношення демонструє, що індекс результативного показника дорівнює добутку факторних індексів, а саме :
 $(0,81757 \cdot 1,11772 \cdot 1,01299 \cdot 2,0256 = 1,875)$

Аналіз показав, що обсяг виробництва продукції протягом досліджуваного періоду збільшився у 1,875 разів. Досягнуте збільшення обсягу виробництва продукції обумовлене позитивною дією таких факторів, як середня кількість днів, які відроблені один робітником, середня тривалість робочого дня та середньогодинний виробіток одного робітника. Головну дію спричинила позитивна дія інтенсивного фактора. Так, зростання годинної продуктивності праці одного робітника з 21,545 грн. у попередньому році до 43,646 тис. грн. у звітному році обумовлено збільшення обсягу виробництва продукції у 2,0256. Збільшення середньої кількості днів, які відроблені за рік одним робітником, викликало зростання обсягу виробництва продукції у 1,11772, а збільшення середньої тривалості робочого дня викликало зростання обсягу виробництва продукції у 1,01299. Позитивна дія вищезазначених факторів була зменшена внаслідок негативної дії такого фактору, як зміна середньоспискової чисельності робітників. За рахунок зменшення середньоспискової кількості робітників на 27 осіб, було недоотримано обсяг виробництва продукції. Узагальнення проведеного аналізу даних показало, що на підприємстві наявні внутрішньозмінні втрати робочого часу, і резерви збільшення обсягу виробництва продукції на досліджуваному підприємстві пов'язані із збільшенням середньої тривалості робочого дня. Негативний вплив середньоспискової кількості робітників не варто враховувати до резерву, оскільки задля збільшення кількості зайнятих у виробництві до рівня попереднього року потрібно збільшення витрат.

Отже, у конкурентному середовищі підприємство прагне зміцнити своє економічне становище шляхом досягнення певних переваг над конкурентами через раціональне використання трудових ресурсів. Адже від ефективності використання трудових ресурсів залежать показники обсягу виробництва продукції, рівень її собівартості та якості [2,с. 344].

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ТДВ «Яготинський маслозавод». URL: <http://milkalliance.com.ua/company/inform/yagotinskij-maslozavod/>
2. Багрій К. Л. Деякі особливості аналізу ефективності використання трудових ресурсів. 2017. Вип. I-II (65-66). С. 344-350

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЛОГІСТИЦІ

Важливу роль у розвитку логістичних систем у світі грає впровадження сучасних інформаційних технологій. Сьогодні практично неможливо забезпечити необхідну споживачами якість товарів та послуг без застосування інформаційних систем та програмних комплексів для аналізу, планування та підтримки прийняття комерційних рішень у логістичній системі. Процес імплементації сучасних технологій в логістику відбувався поступово та супроводжувався низкою проблем, але наразі існує величезна кількість ІТ-технологій, що дає можливість замінити механізовану працю, забезпечуючи швидкий розвиток економіки через інновації [1].

По-перше, визначимо поняття «інформаційні технології» в логістиці – це комплекс програмно-технічних засобів і методів виробництва, передачі, обробки та споживання інформації в системах, що забезпечують товарорух. Актуальність впровадження та застосування інформаційних технологій у логістиці пов'язана з безперервним зростанням обсягом даних, що підлягають обробці.

Таким чином, до переваг застосування інформаційних технологій відносять наступні [2]: комп'ютеризована обробка даних процедур закупівлі скорочує час обробки інформації (тобто, ручне оброблення зводиться до мінімуму); інформація стає точнішою, помилки практично виключаються; інформація доступна управлінцям на їхню першу вимогу, що забезпечує кращу підготовку переговорів, найкращі ціни та якість; полегшується обробка великого обсягу даних; оперативна діяльність покращується завдяки наявності оперативних даних та покращеному контролю над операціями.

Головним напрямком у розвитку інформаційних технологій у логістиці є інтеграція інформаційних потоків та комунікаційне забезпечення перевезення товарів. Саме ці напрями пов'язані з інтеграційними процесами в економіці країн з високим розвитком та представляють новий науково-практичний напрямок – телематику. Даний напрямок спрямовано на активне застосування інформаційних мереж та обчислювальних систем. Але розвиток цього напрямку в Україні пов'язаний із низкою наступних проблем [3]: якість техніки та її технічне обслуговування; навчання та кваліфікація персоналу; інтегрування інформаційних процесів; вартість персональних комп'ютерів, засобів комунікації та периферійного обладнання.

Впровадження засобів інформаційних технологій у логістиці орієнтоване на забезпечення товароруху і взаємодії між підрозділами підприємства, і навіть між фірмами у процесі закупівлі та розподілу товарів. Тому нижче перелічимо декілька основних інформаційних технологій, які можуть бути використані підприємствами.

1) Управління даними (datamanagment – DM). Процес накопичення та систематизації у необхідному обсязі даних з метою доступу до них цільових користувачів у потрібний час.

2) Електронний обмін даними (electronic data interchange – EDI), що дає можливість підприємствам відмовитись від паперової документації. Далі EDI можна інтегрувати з інтернетом задля широкого доступу до потенційних клієнтів.

3) Штрихове кодування (barcoding – BC). Головним завданням позначення товарів штрих-кодами є раціоналізація продажу та розподілу товарів, незалежно від країни походження, місця збуту та розташування складського господарства.

4) Штучний інтелект (artificial inteligence – AI). Основна його перевага в адаптуванні спілкування із замовником через телефон до реальної ситуації при персональному продажу.

5) Дистанційний доступ та комунікації (remote access and communication – RA&C). Базується на використанні супутникового зв'язку та сучасних комунікацій, що забезпечують аудіозв'язок у режимі реального часу та дозволяють підприємствам зробити віддалені ринки частиною однієї мережі розподілу.

Таким чином, у сучасних умовах з розвитком інформаційних технологій з'являється можливість автоматизації системи управління логістичними потоками. Ефективність логістики визначається синхронністю переміщення матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків, вірогідною оцінкою їх обсягу, структури та якості. Для координації цих потоків застосовуються інформаційні технології. Саме завдяки розвитку інформаційних систем та технологій логістика стала домінуючою формою організації товароруху на висококонкурентних ринках економічно розвинених країн.

Список використаних джерел:

1. Пчелянська Г. Використання ІТ-сервісів в логістичних системах. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф.* Вінниця. 2021. С. 121..

2. Інформаційні технології у логістиці. URL: https://studref.com/654125/logistika/informatsionnye_tehnologii_logistike (дата звернення: 08.04.2022).

3. Особливості застосування сучасних інформаційних технологій для оптимізації логістичних процесів. URL: <https://novainfo.ru/article/3093> (дата звернення: 05. 4.2022).

4. Хацер М. В., Михайлик О. К. Проблематика та перспективи імплементації сучасних технологій у логістиці. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент.* 2021. С. 270.

5. Кустов В. Сучасні інформаційні технології як стратегічні ресурси біржової діяльності в умовах діджиталізації. *Економіка та суспільство.* 2021. С. 34. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1110/1067> (дата звернення: 08.04.2022).

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасному світі заробітна плата є головною складовою доходів населення, а звідси й найбільш потужним стимулом підвищення продуктивності праці.

Організація оплати заробітної плати є обов'язковим елементом підприємства. Від неї залежать стосунки між робітником і роботодавцем. Вона відповідає за забезпечення виплати зарплати і таким чином впливає на зацікавленість вмотивованість робітника. Головними аспектами організації оплати праці є її нарахування, справедливість та прозорість.

Погано організована оплата праці демотивує та погіршує становище працівників, тому потрібно правильно організувати систему оплати праці.

Добре організований механізм виплати заробітної плати, не тільки стимулює працю, покращує її якість, підвищує ефективність роботи. Удосконалення організація оплати праці впливає на розвиток економіки в цілому. Покращення роботи кожного підприємства призводить до підвищення добробуту населення і сприяє поліпшенню результатів праці. Підняття економіки в регіоні несе за собою підвищення економіки усієї держави.

Механізм заробітної плати має постійно контролюватися. Потрібна проводитися постійна оцінка ефективності оплати праці. У економічній літературі відсутній єдиний підхід щодо оцінки ефективності механізму заробітної плати. Кожне підприємства самостійно обирає показники, за якими вони будуть проводити оцінку.

Для оцінки використовують чотири основних показники: зарплатовіддача; питома вага заробітної плати в загальній сумі витрат виробництва; питома вага заробітної плати в обсязі товарної продукції; рівень рентабельності заробітної плати. Також, повинні враховуватися показники ефективності використання трудових ресурсів підприємства. Важливо проводити таку оцінку у динаміці, кожні 3-5 років, що б дозволило визначити як зміна системи оплати праці впливає на кінцеві результати роботи персоналу.

До наявних проблем в роботі системи оплати праці відносять: відсутність спонукання працівників до участі та відданості справі, дискримінацію зарплати за віком і статтю, збільшення розміру оплати праці через зв'язки з адміністрацією чи вищим керівництвом тощо. Вдосконалення системи оплати праці покликано вирішити ці проблеми.

Оцінивши усі недоліки організації оплати праці необхідно зазначити варіації подолання цієї кризи. Потрібно налагодити заробітну плату як реальну ефективно діючу економічну і соціальну категорію ринкової економіки.

Доцільним буде введення нових, інноваційних форм оплати праці. Зараз

на підприємствах розповсюджується безтарифна система оплати праці, на противагу тарифній. Безтарифна система оплати праці передбачає не встановлення тарифних ставок заздалегідь. Розмір зарплати визначається за підсумками роботи колективу, тобто працівник заздалегідь не знає яку зарплату отримає, але він може припускати, якою вона буде, ґрунтуючись на своєму минулому досвіді. Застосування безтарифної системи найбільш поширене на малих і середніх

Зарубіжний досвід свідчить про доцільність використання багатofакторних методів оцінки заслуг. Фактори обираються підприємство з огляду на рід діяльності, функціональні обов'язки, характер продукту праці тощо. За проведеним дослідженням у США, найбільше використовують такі фактори: результативність і якість роботи, метод роботи, ініціативність, своєчасність виконання, дотримання техніки безпеки, стиль роботи, адаптація до робочого місця тощо

Наступним інноваційним підходом до поліпшення фонду оплати праці є мультикваліфікаційна система. Вона передбачає встановлення оплати за знання і компетенції. Такий зв'язок розміру заробітної плати з рівнем професійності заохочує працівників до постійного підвищення своєї кваліфікації, що позитивно відбивається на конкурентоспроможності та продуктивності підприємства.

Існує багато інших методів удосконалення організації заробітної плати. Підприємство індивідуально приймає рішення щодо запровадження нової системи, враховуючи свої фінансові можливості.

Правильне удосконалення, призведе до покращення результатів діяльності колективу, а отже і покращенню роботи підприємства. Огляд нових, інноваційних систем, які вже підтвердили свою ефективність на зарубіжних підприємствах дозволяє зробити висновки, що такі системи можуть бути запроваджені на деяких сучасних вітчизняних підприємствах.

Список використаних джерел

1. Ладунка І. С., Зажерило А. І. Напрямки вдосконалення організації оплати праці на підприємствах. *Мукачівський державний університет*. 2018. № 16. С. 395–396.
2. Тарнавська Т.А. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві. *Національна академія статистики, обліку та аудиту*. 2020. № 42. С. 196-199.
3. Колот А. М. Організаційно-економічний механізм регулювання заробітної плати і шляхи його вдосконалення: автореф. дис. ... канд. ек. наук: Київ, 1998. 20 с.

МОТИВАЦІЯ ТА ДЕМОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Будь-яка підприємницька структура не може успішно конкурувати на ринку товарів і послуг, якщо не розвиваються її трудові ресурси і не вдосконалюється система мотивація праці, яка забезпечує в першу чергу найбільшу віддачу трудових і творчих здібностей всіх працівників підприємства. Це викликає необхідність творчих підходів до розвитку трудових ресурсів підприємства на основі створення ефективного механізму стимулювання, який повинен сприяти підвищенню у персоналу ініціативи, зацікавленості в результатах праці.

Мотивація праці – це системний, цілеспрямований вплив на людину чи групу людей з метою мотивації їх до підвищення трудової активності та покращення результатів праці для досягнення попередньо визначеної мети.

В залежності від форми задоволення потреб, існує два основні види мотивації праці: матеріальне заохочення (економічне стимулювання) та нематеріальні стимули (соціальні, або моральні; організаційні).

Матеріальна мотивація – це економічна категорія, що представляє собою сукупність різних форм та методів, метою яких є спонукання та заохочення працівників до кращих результатів [4, с. 317].

Р. В. Мазко зазначає, що нематеріальна мотивація – це «процес спрямований на немонетарне заохочення та формування корпоративного духу працівників, що сприяє підвищенню зацікавленості персоналу в якості своєї роботи» [3, с. 233].

В сучасних нестабільних фінансових умовах актуальним є застосування саме нематеріальної мотивації співробітників, яка дозволяє утримувати високий рівень продуктивності та якості праці і водночас економити на витратах на оплату праці, зокрема [1, с. 130]:

- Можливість кар'єрного зростання.
- Гнучкий графік робочого часу.
- Можливість планування відпустки, надання додаткової відпустки.
- Пріоритетне отримання нового обладнання;
- Подяка за ефективну працю (на загальних зборах та персонально).
- Проведення змагань/конкурсів/майстер-класів
- Проведення корпоративних свят. Згуртовує команду однодумців.
- Подарунки до свят.

Демотивація - це не просто зниження мотивації, це цілий комплекс переживань людини, який своєрідно проявляється як у відносинах, так і в її діяльності. З іншого боку, демотивація, як зворотний процес мотивації, - це зниження стимулів для досягнення цілей організації, викликане ослабленням або повною відсутністю впливу сил, які могли б змусити співробітників

працювати на необхідному рівні зусиль, старанності, наполегливості та сумлінності.

Процес демотивації носить накопичувальний характер і відбувається поступово в кілька етапів [5, с. 43]:

- 1 етап - «легкий стрес» або скрита стадія. У співробітника легкий стрес або дискомфорт. Зовні це проявляється слабо, працівник, як і раніше, працює в робочих процесах, легко та позитивно контактує з колегами та керівництвом, але, водночас, переживає легкий стрес «в собі», його долають зсередини сумніви (чи цінують його в компанії, чи подобається взагалі сама діяльність тощо).
- 2 етап - «відкрите невдоволення». Співробітник може ігнорувати доручення, рекомендації і зворотний зв'язок з керівництвом, ухилятися від виконання завдань з незначних приводів, вступати в спори з керівником та клієнтами тощо. На цьому етапі будь-які суперечливі вказівки керівника породжують у демотивованого працівника почуття власного безсилля, він починає " застосовувати демонстративну поведінку, щоб зарекомендувати себе з кращого боку, і водночас, зробити керівника винним у невдачі, але при цьому підсвідомо такий працівник все ще сподівається на зміну ситуації.
- 3 етап - повне «відчуження» співробітника від керівництва та від компанії в цілому. Співробітник втрачає бажання до співпраці та інтерес виконувати роботу, частіше конфліктує з колегами через розчарування у керівництві, у компанії та у своїй роботі. Людина обмежує до мінімуму свої посадові обов'язки, не проявляє ініціативу, часто саботує роботу і повністю ігнорує рекомендації керівника, намагається відмежуватися від компанії.

Список використаних джерел:

1. Гончар В. В., Обухова Н. О. Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Вип. 2(3). С. 125-131.
2. Кошовий Б. О. Теоретичні засади класифікації чинників демотивації праці як загрози економічній безпеці підприємства. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2014. №12. С. 142-147.
3. Мазко Р. В. Нематеріальна мотивація як основа мотиваційного механізму управління на підприємстві. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 1. С. 231-236.
4. Овсяк Н. В. Мотивація та стимулювання праці: сутність понять та відображення їх в обліку. *Інноваційна економіка*. 2014. № 4. С. 314-318.
5. Смірнова К. В., Чабанюк А. С. Причини, наслідки та способи подолання демотивації персоналу в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2021 № 32. С. 41-50.

Нейкова Л.І.
студентка 37 групи,
Грінченко Р.В.
д.е.н., доцент

МОТИВАЦІЯ ТА ДЕМОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Будь-яка підприємницька структура не може успішно конкурувати на ринку товарів і послуг, якщо не розвиваються її трудові ресурси і не вдосконалюється система мотивація праці, яка забезпечує в першу чергу найбільшу віддачу трудових і творчих здібностей всіх працівників підприємства. Це викликає необхідність творчих підходів до розвитку трудових ресурсів підприємства на основі створення ефективного механізму стимулювання, який повинен сприяти підвищенню у персоналі ініціативи, зацікавленості в результатах праці.

Мотивація праці – це системний, цілеспрямований вплив на людину чи групу людей з метою мотивації їх до підвищення трудової активності та покращення результатів праці для досягнення попередньо визначеної мети.

В залежності від форми задоволення потреб, існує два основні види мотивації праці: матеріальне заохочення (економічне стимулювання) та нематеріальні стимули (соціальні, або моральні; організаційні).

Матеріальна мотивація – це економічна категорія, що представляє собою сукупність різних форм та методів, метою яких є спонукання та заохочення працівників до кращих результатів [4, с. 317].

Р. В. Мазко зазначає, що нематеріальна мотивація – це «процес спрямований на немонетарне заохочення та формування корпоративного духу працівників, що сприяє підвищенню зацікавленості персоналу в якості своєї роботи» [3, с. 233].

В сучасних нестабільних фінансових умовах актуальним є застосування саме нематеріальної мотивації співробітників, яка дозволяє утримувати високий рівень продуктивності та якості праці і водночас економити на витратах на оплату праці, зокрема [1, с. 130]:

- можливість кар'єрного зростання.
- гнучкий графік робочого часу.
- можливість планування відпустки, надання додаткової відпустки.
- пріоритетне отримання нового обладнання;
- подяка за ефективну працю (на загальних зборах та персонально).
- проведення змагань/конкурсів/майстер-класів
- проведення корпоративних свят. згуртовує команду однодумців.
- подарунки до свят.

Слід зазначити, що використання методів мотивації праці нематеріального характеру вимагає ретельного пророблення всієї системи мотивації і ускладнюється труднощами оцінки значущості мотивів працівників і підприємства. Вибір методів нематеріальної мотивації трудової діяльності

повинен носити максимально об'єктивний характер і відображати структуру мотивів працівників і підприємства в цілому, тільки в цьому випадку система мотивації праці на підприємстві буде стабільною та ефективною.

Демотивація - це не просто зниження мотивації, це цілий комплекс переживань людини, який своєрідно проявляється як у відносинах, так і в її діяльності. З іншого боку, демотивація, як зворотний процес мотивації, - це зниження стимулів для досягнення цілей організації, викликане ослабленням або повною відсутністю впливу сил, які могли б змусити співробітників працювати на необхідному рівні зусиль, старанності, наполегливості та сумлінності.

Процес демотивації носить накопичувальний характер і відбувається поступово в кілька етапів [5, с. 43]:

- 1 етап - «легкий стрес», або скрита стадія. У співробітника легкий стрес або дискомфорт. Зовні це проявляється слабо, працівник, як і раніше, працює в робочих процесах, легко та позитивно контактує з колегами та керівництвом, але, водночас, переживає легкий стрес «в собі».
- 2 етап - «відкрите невдоволення». Співробітник може ігнорувати доручення, рекомендації і зворотний зв'язок з керівництвом, ухилятися від виконання завдань з незначних приводів, вступати в спори з керівником та клієнтами тощо. На цьому етапі будь-які суперечливі вказівки керівника породжують у демотивованого працівника почуття власного безсилля, він починає " застосовувати демонстративну поведінку, щоб зарекомендувати себе з кращого боку, і водночас, зробити керівника винним у невдачі, але при цьому підсвідомо такий працівник все ще сподівається на зміну ситуації.
- 3 етап - повне «відчуження» співробітника від керівництва та від компанії в цілому. Співробітник втрачає бажання до співпраці та інтерес виконувати роботу, частіше конфліктує з колегами через розчарування у керівництві, у компанії та у своїй роботі. Людина обмежує до мінімуму свої посадові обов'язки, не проявляє ініціативу, часто саботує роботу і повністю ігнорує рекомендації керівника, намагається відмежуватися від компанії.

Список використаних джерел.

1. Гончар В. В., Обухова Н. О. Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Вип. 2(3). С. 125-131.
2. Кошовий Б. О. Теоретичні засади класифікації чинників демотивації праці як загрози економічній безпеці підприємства. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2014. №12. С. 142-147.
3. Мазко Р. В. Нематеріальна мотивація як основа мотиваційного механізму управління на підприємстві. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 1. С. 231-236.
4. Овсяк Н. В. Мотивація та стимулювання праці: сутність понять та відображення їх в обліку. *Інноваційна економіка*. 2014. № 4. С. 314-318.

5. Смірнова К. В., Чабанюк А. С. Причини, наслідки та способи подолання демотивації персоналу в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2021 № 32. С. 41-50.

Онищенко В.В.
студентка ЦЗФН 54 групи,
Кошельок Г.В.
д.е.н., доцент

АНАЛІЗ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА КМД «КАМБІО»

Прибуток є головною рушійною силою ринкової економіки. Він забезпечує інтереси держави, власників та персоналу підприємств. Тому однією з актуальних задач сучасного етапу є формування стратегії росту прибутку в процесі фінансової діяльності підприємств, а також ефективне управління прибутком на підприємствах України.

Метою діяльності будь-якого підприємства виступає отримання максимального прибутку, тому діяльність Комбінату малоповерхового домобудівництва «Камбіо» (ТОВ «КМД «Камбіо»)) також спрямована на максимізацію прибутку від господарської діяльності та управління ним.

ТОВ «КМД «Камбіо»» входить до складу Промислово-будівельної групи «Камбіо-Інвест». На базі підприємства організований процес з розробки та виробництва сучасних будівельних матеріалів для малоповерхового та котеджного домобудівництва.

Розвиток ТОВ «КМД «Камбіо»» залежить від обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та одержаних при цьому фінансових результатів.

Сам процес реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в ТОВ «КМД «Камбіо»» є визначальним у його діяльності. Він завершує оборот коштів, дозволяє відшкодувати понесені ТОВ «КМД «Камбіо»» витрати, сплатити податки та інші платежі, виплатити заробітну плату своїм працівникам та ін.

Доходи від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) виступають основним джерелом прибутку ТОВ «КМД «Камбіо»», який є запорукою стабільності його функціонування на ринку.

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у 2020 році склав 94957,4 тис. грн., що на 23,2 % (на 17912,3 тис. грн.) порівняно з 2019 роком.

В 2019 році на підприємстві відбулось збільшення прибутку від реалізації. Цей показник у 2019 році склав 16592,4 тис. грн. у порівнянні з аналогічним показником 2018 року, де він складав 15560,9 тис. грн. Тобто темп приросту склав 6,6 %. У 2020 році темп приросту прибутку від реалізації склав 84,3%. Цей показник збільшився до 30583,3 тис. грн.

Основними чинниками, які впливають на величину виручки від реалізації продукції в ТОВ «КМД «Камбіо»» є:

- обсяг виробництва продукції (товарів, робіт, послуг);
- оптимізація каналів розподілу продукції (товарів, робіт, послуг), стимулювання збуту;
- ефективна реклама, яка відповідає вимогам споживачів та підтримує репутацію продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства;
- розширення асортименту та підвищення якості продукції (товарів, робіт, послуг);
- ритмічність роботи підприємства тощо.

В 2019 році на підприємстві відбулось збільшення чистого прибутку до 1425,3 тис. грн. відносно аналогічного показника 2018 року, де чистий прибуток склав 100,4 тис. грн. У 2020 році темп приросту чистого прибутку підприємства склав 90,2%. Цей показник збільшився до 2711,3 тис. грн.

До основних важливих чинників підвищення прибутку ТОВ «КМД «Камбіо» відносяться:

- проведення реконструкції та модернізації підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази;
- фінансове планування діяльності підприємства, пошук внутрішніх резервів зростання прибутку;
- удосконалення системи мотивації працівників підприємства, підвищення кваліфікації персоналу;
- оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей, залишків нормованих оборотних коштів та ін.
- удосконалення системи просування продукції на ринку;
- організація ефективної реклами.

Отже, прибутковість ТОВ «КМД «Камбіо» є показником, який комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства, дозволяє оцінити ефективність управління ним, оскільки забезпечення достатнього рівня прибутковості залежить від оперативності та правильності прийнятих управлінських рішень.

Павлова О.А.
студентка 56 групи,
Янковий О.Г.
д.е.н., професор

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток, будучи найважливішою економічною категорією, піддається постійному оновленню структури за умов сучасного економічного розвитку. Виступаючи синтетичним показником, прибуток відображає формування реальної самостійності економічних суб'єктів, забезпечуючи інтереси держави, власників і персоналу.

У зв'язку з цим необхідно звернути увагу на проблему якості та формування прибутку. Якість і формування прибутку як економічна категорія має найважливіше значення для об'єктивної оцінки реальних результатів діяльності підприємства.

За наявності та зростання прибутку вона є основним джерелом: формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечує його розвиток на основі активізації інноваційної та інвестиційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності товарів; запобігання підприємств від загрози банкрутства; зростання ринкової вартості підприємства з урахуванням її капіталізації [1, с. 283].

Низький прибуток (або його відсутність) є причиною «переливу» капіталу та робочої сили у галузі з більш ефективним їх використанням. Актуальність проблеми управління формуванням прибутку та його підвищення особливо зростає в умовах його зниження, насамперед через відсутність системної розробки методологічних основ та організаційно-економічних механізмів управління формуванням прибутку в умовах обмежених ресурсів та посилення конкуренції.

Техніка формування прибутку на підприємстві пов'язана з взаємодією таких економічних елементів як: витрати, доходи, величина податкового

навантаження. Слід враховувати, що основним чинником отримання є ступінь інтенсивності розвитку, що забезпечує перевищення виручки над витратами (витратами). Іншими словами, прибуток дорівнює перевищенню доходів над витратами [2, с.19-20].

Прибуток утворюється шляхом реалізації продукції, надання послуг, виконання. Маса отриманого прибутку залежить як рівня цін, встановлених над ринком збуту, і від відповідності реального рівня витрат виробництва громадським затратам. Натомість обсяг продажів залежить від комерційної роботи: вміння створити комфортні умови для продажу продукції, тобто, від професійного рівня маркетингової служби на підприємстві, організації реклами, збуту, і, звичайно ж, такої важливої ланки як цінова та товарна політика.

Рівень витрат за підприємстві істотно впливає на зміну прибутку на динаміці. Щоб максимально знизити залежність даного показника необхідно правильно організувати умови виробництва та праці, вибрати найбільш підходящу технологію виробництва, стежити за технічною оснащеністю підприємства, підвищувати рівень кваліфікації як адміністративного персоналу, так і виробничих робочих. Ефективність використання цього методу, зазвичай, залежить від знання кон'юнктури ринку України і вміння адаптувати виробництво з урахуванням швидко мінливих тенденцій на торгових просторах. Чинником отримання додаткового прибутку є збільшення випуску продукції, яке знижує витрати на одиницю продукції, а, отже, знижується собівартість, що зрештою веде до збільшення прибутку від реалізації продукції [3, с.116].

Важливим є пошук нових ринків збуту, де товар можна реалізувати за вищими цінами. Для цього на підприємства найчастіше впроваджують інноваційну діяльність, щоб забезпечити високу конкурентоспроможність своєї продукції, постійне оновлення, зростання обсягів реалізації, що зумовлює збільшення прибутку [4, с.310-313]. Ще одним престижним і актуальним способом формування прибутку є вклади тимчасово вільних коштів у вигідні проекти, тобто, інвестиційна діяльність. Важливим критерієм є правильний вибір на користь джерела інвестування. Всі інновації, в які внесло свої кошти підприємство-інвестор на умовах договору можуть використовуватися у виробництві, що потім зменшить витрати на виробництво і підвищить якість продукції, а також вплине на зростання прибутку за рахунок збільшення масштабів реалізації на основі нової зниженої вартості товару [5] .

Для кожного суб'єкта господарювання формування прибутку є дуже важливим процесом. Адже від раціонального ведення господарської діяльності підприємства залежить величина доходу, одержувана власником підприємства від усіх видів діяльності.

Джерела інформації

1. Бланк И.А. Управление прибылью. К.: Ника-центр, 1998. 544 с.
2. Концепції фінансового результату діяльності промислового підприємства: міжнародна практика та вітчизняні реалії. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 3(28). С. 18-25.

3. Белошапка В.А. Резервы роста результативности бизнеса в условиях экономического спада. *Актуальные проблемы экономики*. 2021. - №1 (155). С. 115-117.
4. Майборода О. Є., Сукрушева Г. О. , Куліш Є. В. Теоретична сутність категорії «прибуток підприємства». *Економіка і суспільство*. 2017. №10. С. 310-313.
5. Романова Т.В., Даровський Є.О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976> (дата звернення 8.04.2022 р.).

ВПЛИВ COVID-19 НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Електронна торгівля в наш час стрімко набуває популярності та динамічно розвивається у світовій та вітчизняній економіці. За допомогою інформаційних технологій підприємства відкривають для себе можливості освоєння нових ринків, внутрішніх та зовнішніх, надаючи споживачам ширший вибір для ознайомлення та придбання продукції. Соціальний і цифровий маркетинг пропонує організаціям значні можливості: зниження витрат, підвищення впізнаваності бренду, збільшення продажів та посилення конкурентних позицій.

Згідно Закону України «Про електронну комерцію», електронна комерція – це відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1].

Оборот електронної комерції та кількість інтернет-магазинів постійно зростають. Це пов'язано з тим, що невинно збільшується кількість користувачів, соціальних медіа, а також відбувається стрімкий розвиток інтернет-платежів.

Світовий ринок електронної комерції за останні два роки зазнав революційних змін. Споживачі звикли купувати товари, не виходячи з власного дому – ця зміна в основному викликана жорсткими блокуваннями та обмеженнями на пересування через пандемію COVID-19 – і багато аналітиків погоджуються, що ця зміна в поведінці споживачів просунула індустрію електронної комерції принаймні на п'ять років вперед. Крім того, ця зміна в торговій поведінці виглядає постійною, а не тимчасовою.

У 2021 р. в більшості малих і середніх підприємств електронної комерції у світі зріс обсяг продажів. Принаймні одна з п'яти компаній мала зростання продажів щонайменше на 40%. Однак ці компанії також зіткнулися з низкою проблем. Незважаючи на те, що велика кількість компаній постраждала від впливу пандемії COVID-19, для багатьох онлайн-бізнесів 2021 р. був успішним. Sendlane провів опитування 150 малих і середніх компаній (з обсягом продажів менше 44 мільйонів євро), щоб отримати уявлення про поточний ринок електронної комерції. Згідно зі звітом, в переважній більшості (92%) відбулося зростання продажів [2].

У 2021 р. ринок електронної комерції перейшов на новий етап та мав пройти нові випробування. Оскільки більшість людей почали вакцинуватися, фізичні магазини знову почали відкриватися, через це вибухові темпи зростання електронної комерції, що почали свій розвиток в 2020 р., значно сповільнилися. Однак в 2021 р. компанії вже мали більший досвід щодо розвитку

онлайн-торгівлі та малі й середні підприємства не припинили свій розвиток.

Якщо аналізувати частку онлайн-ринків від загального обсягу торгівлі різних країн світу, то Німеччина та Велика Британія будуть в числі лідерів. Чеська Республіка, Данія, Фінляндія, Греція, Норвегія, Швеція та Словенія знаходяться в іншому становищі, оскільки всі вони мають відносно незначні частку на ринку електронної комерції. В Іспанії, Італії, Польщі та певною мірою у Франції та Португалії спостерігається майже 50%-ий розподіл між онлайн та офлайн роздрібними торговцями. Згідно з даними Statista, електронна комерція в США склала 469,2 млрд. доларів у 2021 р., збільшившись з 431,6 млрд. доларів у 2020 р. [3].

Для більшості вітчизняних компаній 2020 р. був пов'язаний із виживанням і розробкою основ їхньої електронної комерції. Це стосується підприємств різних галузей: ресторанний бізнес; продовольчі магазини створили інтернет-сторінки, де покупці можуть обрати продукти онлайн, більшість магазинів розширилися в інтернет-платформах, де покупці можуть придбати товари дистанційно, що дозволило покупцям і продавцям полегшити комунікацію й збільшити швидкість та варіативність придбання товарів. До того ж з'являються такі сервіси, як Glovo та Raketa, де споживачі можуть знайти необхідні товари та за допомогою доставки отримати їх за лічені хвилини.

У 2021 р. у більшості вітчизняних підприємств нарешті з'явився шанс адаптуватися до нових умов та вийти на ринок і розширити можливості в нових сферах – охопити нові види торгівлі з більшими темпами та інвестувати в новітні платформи, щоб забезпечити надійні позиції у 2022 р.

Джерела інформації

1. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. №45. С. 410.
2. 92% of online SMB's saw a sales growth in 2021. URL: <https://ecommercenews.eu/92-of-online-smbs-saw-a-sales-growth-in-2021/>
3. Дохід від роздрібної електронної комерції в Сполучених Штатах з 2017 по 2025 рік. URL: <https://www.statista.com/statistics/272391/us-retail-e-commerce-sales-forecast/>
4. Терещенко Е. О. Розвиток інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес-середовища. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7381> (дата звернення: 11.04.22)
5. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

Пономаренко К. О.
студентка 39 групи,
Горлова О. П.
к.е.н., доцент

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЛОГІСТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ «JUST IN TIME»

Найбільш розповсюдженою та ефективною логістичною концепцією у світі є концепція JIT (Just-In-Time, «Точно в термін»). Концепція Just-In-Time – це сучасна концепція побудови логістичної системи, виробництва, постачання та менеджменту, яка ґрунтується на синхронізації процесів поставки готової продукції, сировини та матеріалів у необхідній кількості саме на той час, коли це потрібно на інших ланках логістичної системи, з метою мінімізації витрат на утримання запасів [1, С. 32]. Сутність цієї концепції полягає в тому, що вся система напряду залежить від попиту на кінцевій ланці (від споживача). Поки немає необхідності поставки продукції або матеріалів продукція не виробляється та не формуються замовлення.

Ознаками логістичної концепції «Точно в термін» є:

- мінімальні або нульові запаси готової продукції, матеріалів та сировини на складах;
- невеликий обсяг виробництва та постачання;
- ефективна інформаційна система зв'язку;
- висока якість логістичних послуг;
- підтримка відносин з невеликою кількістю постачальників та споживачів.

Історія концепції JIT. Вперше концепція Just-In-Time була запроваджена на заводі Ford Motor Company. Поширення цієї концепції припадає на другу половину XX століття, коли такі провідні японські компанії, як Toyota Motors впровадили систему KANBAN, схожу на систему JIT [2, С. 411]. А вже у 1972 році відома американська компанія Harley-Davidson, яка виготовляє мотоцикли зіткнулася з конкуренцією з боку японських компаній Honda, Yamaha, Suzuki і Kawasaki. Ці компанії мали можливість продавати свої більш якісніші мотоцикли майже у всі країни світу за ціною нижче ніж у конкурентів. Саме тому у 1982 році компанія почала впроваджувати систему «матеріали в міру необхідності», подібну до Just-In-Time, та через 5 років компанія знизила запаси незавершеного виробництва на 22 млн. дол. Цей випадок свідчить про те, що JIT-концепція є справді ефективною.

Розвиток логістичної концепції «Точно в термін» призвів до змін традиційного підходу до постачання. Порівняльну характеристику традиційного підходу та концепції Just-In-Time можна побачити у таблиці 1.

Концепція Just-in-time як і кожна концепція має свої переваги та недоліки.

До переваг можна віднести наступні: мінімізація запасів; скорочення витрат на зберігання товару, готової продукції, сировини та матеріалів; скорочення складських площ; продуктивність логістичної системи; доставка у зазначений термін; висока якість продукції та сервісу; довгострокові зв'язки з невеликою кількістю надійних постачальників.

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика традиційного та JIT постачання

Фактори	Концепція JIT	Традиційний підхід
Запаси	Максимальна мінімізація запасів	Постійне створення страхових запасів
Обсяги закупівлі	Закупівля здійснюється невеликими обсягами, які задовольняють наявну потребу	Закупівля великими обсягами з нечастим постачанням
Постачальники	Невелика кількість перевірених постачальників-партнерів	Велика кількість постачальників, яка часто змінюється
Транспортування	При виборі способу транспортування основна ціль – доставка точно у зазначений термін, який встановлює споживач	При виборі способу транспортування основна ціль – знайти варіант дешевшого транспортування, термін доставки призначає постачальник
Якість продукції	Максимальне прагнення до відсутності дефектів	Існує припустимий відсоток дефекту

Джерело: складено на основі [3].

Серед недоліків концепції можна виділити наступні: втрата можливості виправити виниклий брак; ризик припинення виробництва через неякісну роботу постачальників; відсутність будь-яких запасів у критичній ситуації [4, С. 57].

Аналіз концепції Just-in-time, її переваг та недоліків дозволяє зробити висновок, що ця концепція не є універсальною для кожного підприємства. Впровадження такої логістичної концепції вимагає якісної та відповідальної роботи. Але світовий досвід свідчить про те, що концепція «Точно у термін» ефективно працює та дозволяє компаніям бути відомими на весь світ. Аналіз світової практики використання логістичної концепції, дозволяє визнати, що ця концепція є найбільш відповідною для вирішення сучасних виробничих завдань і цілей. Сучасні тенденції мають напрям на максимально швидке задоволення потреб споживача. Таким чином, концепція Just-in-time є перспективним напрямом для організації роботи підприємств.

Список використаних джерел:

1. Нагорна М. М. Логістична концепція Just-in-time (JIT): сучасне розуміння. *Географія та туризм*. 2010. С. 30-33.
2. Тарасюк М.Л., Григоренко О.С. Особливості управлінського обліку у системі «Just In Time». *Облік, аналіз і контроль в стратегії розвитку економіки України: зб. наук. пр. VI Міжнар. наук.-практ. конф.* Луцьк. 2020. С. 411-414. URL: http://oia.lntu.edu.ua/files/2020/25_10_1.pdf#page=411 (дата звернення 14.04.2022)
3. Система постачань «Just-in-time, JIT» (концепція). URL: <https://finance-credit.news/ekonomika-logistika/sistema-postachan-just-time-jit-68951.html> (дата звернення 15.04.2022)

4. Кривогубова І.М, Смерічевська С.В. Переваги та недоліки логістичної концепції «Just In Time». *POLIT. Challenges of science today* . 2021. С. 56-58.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для України, яка зараз знаходиться на етапі суттєвих змін у політичній, соціальній, виробничій та інших сферах, запорукою ефективної діяльності підприємства є кваліфіковане управління персоналом, що неможливо забезпечити без відповідної мотивації праці. За умов ринкових відносин та перевищення індивідуальних інтересів людей над суспільно необхідними дуже важливим є приділення уваги підвищенню мотивації персоналу, тобто стимулювання робітників до більш ефективної роботи.

В Україні системи мотивації більшості підприємств враховують лише матеріальну складову. Наприклад, на ПП «Скай Кепітал Груп», що займається продажем та протипожежними системами безпеки на території Одеської області, персонал налічує майже 100 осіб, а така посада як менеджер з персоналу відсутня. Також у цій компанії працюють різні спеціалісти, проте система оплати праці складається лише з окладної, тобто коли робітники отримують заробітну плату за місяць незалежно від результатів роботи підприємства. У сучасному світі робітникам не вистачає матеріальних стимулів, тому керівникам вітчизняних підприємств потрібно сконцентрувати увагу на оптимальному поєднанні матеріальних та нематеріальних мотивуючих елементів [1, с. 38].

Навіть застосовуючи лише матеріальні методи підвищення мотивації персоналу можна досягти більшої ефективності за допомогою введення на підприємстві відрядної системи оплати праці. Разом з тим, існуюча практика штрафів та премій дає найбільший результат при її грамотній адаптації до особливостей кожного колективу. Тобто введення штрафів за запізнення не буде сприйматися працівниками підрозділу, де можливий гнучкий графік роботи і навпаки, преміювання за перевиконання плану для працівника заводу буде значним стимулом до підвищення продуктивності своєї праці.

На відміну від матеріальної мотивації, нематеріальні способи підвищення вмотивованості працівників включає більшу кількість їх різновидів, а також безліч способів їхньої реалізації. Також їх введення не завжди супроводжується втратами для підприємства і може бути реалізовано значно швидше. Головне завдання нематеріальної мотивації – підвищення інтересу до праці і зацікавленості співробітників, тому що якщо робота буде приносити задоволення і викликати інтерес, успіх компанії відбудеться швидше [2, с. 153].

До різновидів нематеріальної мотивації персоналу можна віднести: соціальний пакет; курси підвищення кваліфікації, умови праці, до яких входять як інтер'єр офісу, комфортні робочі місця та графік роботи, так і атмосфера в колективі та міжособистісні відносини; організація спільного проведення

неробочого часу співробітників, тобто корпоративи, заходи для підвищення духу єдності у компанії, формування місії компанії тощо.

Кожне підприємство може вигадувати власні методи мотивації персоналу. Найбільш креативними є американські та міжнародні компанії, які наймають найкращих працівників та мають ресурси для втілення будь-яких ідей. Наприклад, компанія Apple називає посаду консультанта «генієм», офіс компанії Facebook має нестандартний дизайн та фанерні стіни і стелі без обробки, що дозволяє працівникам концентруватися на головних задачах, IT-компанії облаштовують ігрові кімнати та спортивні зали для своїх працівників та багато іншого.

Головною метою створення мотиваційної системи є справедливе співвідношення між матеріальною та нематеріальною мотивацією [3, с. 47]. Для найбільш ефективного поєднання треба орієнтуватися на потреби персоналу. Для цього може бути проведено опитування працівників різних підрозділів, а також розробка індивідуального плану мотивації для кожного співробітника. Цей метод підвищення мотивації є найбільш дієвим, адже він допомагає позитивно вплинути на кожного працівника тим способом, що є прийнятним саме для нього. Для когось головною мотивацією є гроші, для когось – зміст роботи і отримання задоволення від неї, а хтось націлений на кар'єрне зростання і буде працювати понаднормово для отримання бажаної посади. Тому якщо підприємство орієнтується на сучасні моделі мотивації, менеджеру з персоналу потрібно приділити увагу кожному працівнику окремо та розробити індивідуальну комбінацію матеріальних та нематеріальних стимулів.

Отже, основною проблемою неефективності механізму мотивації персоналу на українських підприємствах є нерозуміння керівництвом потреб робітників. Її подолання відбувається через розробку та застосування ефективних методів мотивації, використовуючи матеріальне та нематеріальне стимулювання як основні рушійні механізми мотивації персоналу.

Список використаних джерел:

1. Бородіна А. С. Мотивація в системі управління персоналом на українських підприємствах. Актуальні проблеми теорії менеджменту, маркетингу та фінансів: наукові ідеї та механізми реалізації : матеріали всеукраїнської (із зарубіжною участю) наукової конференції, м. Покровськ, 12-13 трав. 2021 р. Покровськ: ДВНЗ «ДонНТУ», 2021. С. 37-39.
2. Мутерко Г. М. Сучасна практика нематеріальної мотивації на промислових підприємствах. Prospects and achievements in applied and basic sciences : abstracts of IV International Scientific and Practical Conference, Budapest, Hungary, February 9-12, 2021. International Science Group, 2021. С. 153-155.
3. Ткаченко Т. П., Степанюк В. Ю. Сучасні проблеми мотивації працівників та шляхи їх вирішення. *Підприємництво та інновації*. Випуск 1. 2015. С. 45-48. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/29/15> (дата звернення: 14.04.2022).

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Позитивний фінансовий результат, тобто прибуток, є головною метою роботи будь якого підприємства. В сучасних ринкових умовах велика конкуренція організацій потребує посилення позицій організації, що відображається в розмірі його прибутку.

Аспекти формування прибутку широко розглянуті в наукових працях таких вчених-економістів: А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Т. Мен, С. Фішер, І.О.Бланк, В.О. Мец, О.В. Павловська, Л.Ю. Кучер, М.Я. Коробов, О.І. Гадзевич, О.А. Орлов, В.І. Блонська, Д.Д. Моляков, А.Д. Шеремет та інші.

Загалом, прибуток можна виділити як відбиття фінансового стану підприємства, основним джерелом його розвитку. Він виступає основною рушійною силою економіки, а також є головною метою роботи кожного підприємства.

Прибуток виступає однією з форм грошових накопичень, які створюються в організаціях, галузях економіки, держави; це економічна категорія, яка характеризує кінцевий фінансовий результат комерційної діяльності організацій та виступає показником ефективності роботи господарства [1, с. 94].

Прибуток підприємства, незалежно від сфери діяльності формується за рахунок наступних джерел:

- прибуток від реалізації продукції - різниця між виторгом від реалізації продукції (без врахування податку на додану вартість і акцизного збору) та собівартістю реалізованої продукції;
- прибуток від інших видів реалізації включає до себе прибуток від продажу майна, матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо та визначається як різниця між ціною продажу та залишковою вартістю об'єкта, що продається;
- прибуток від позареалізаційних операцій – це прибуток від спільної діяльності підприємств, проценти за придбаними акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, штрафи, що сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті [2, с. 625].

Збільшення суми прибутку обумовлює зріст можливостей підприємства, забезпечує фінансову стійкість, що дозволяє вносити власні кошти підприємства в розвиток, а не використовувати позичкові грошові кошти. Отже, прибуток є відправною точкою збільшення можливостей підприємства та перехід його на новий, більш конкурентоспроможний рівень.

При формуванні прибутку підприємства слід брати до уваги, що на його розмір впливають різні фактори. Ці фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні. Так, до макросередовища входять фактори, що підприємство не

може контролювати, лише реагувати на зміни та підлаштовуватися до них. Мікросередовище підприємства складають виробничі та позавиробничі фактори. У свою чергу, виробничі фактори поділяються на екстенсивні, що впливають на процес одержання прибутку через кількісні зміни, та інтенсивні – якісні зміни в роботі підприємства.

Для підвищення прибутковості діяльності підприємства, треба шукати не використані можливості, а саме резерви збільшення прибутку. Такі резерви можна знайти на стадіях планування виробництва, безпосередньо на виробничому етапі та етапі реалізації продукції. Визначення поняття резерву підвищення прибутку базується на науково обґрунтованій методиці розробки заходів по його мобілізації [3, с.15].

При формуванні резервів збільшення прибутку підприємства слід звернути увагу не тільки на доходи підприємства, а й на його витрати. Таким чином, максимізація прибутку може бути зумовлена як зменшенням витрат на виробництво, так і збільшення доходу від реалізації.

При аналізі показників прибутку виділяються такі етапи:

1) надається оцінка динаміки прибутку в цілому та в розрізі окремих видів діяльності (операційна, інвестиційна, фінансова), визначається прибутковість окремих структурних підрозділів;

2) виконується факторний аналіз прибутку за видами діяльності: факторний аналіз прибутку від операційної діяльності, у тому числі факторний аналіз валового прибутку; факторний аналіз прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг); надається оцінка внутрішніх і зовнішніх резервів [4].

В підсумок вищезазначеного можна сказати, що головною метою пошуку резервів збільшення фінансового результату підприємства є виявлення факторів, що складають прибуток підприємства. Максимізація прибутку залежить від комплексного підходу до організації роботи підприємства.

Отже підприємство повинно вміти організовувати роботу для збільшення ефективності використання ресурсів та покращення власної конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел

1. Лебедева С.Н. Економіка торговельного підприємства. Мінськ : Нове знання, 2006. 240 с.
2. Болтянська Л.О., Андреева Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: навчальний посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 668 с.
3. Гетьман О.О. Економіка підприємства. К.: ЦНЛ, 2011. 488 с.
4. Кошельок Г.В., Янковий В.О. Факторний аналіз прибутку м'ясопереробного підприємства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки*. Житомир: ЖДТУ. 2010. № 3 (53). Ч. 2. С. 122–127 с.
5. Янковий О.Г. Кошельок Г.В. Фактори формування прибутку підприємств *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. статей. / за ред. Зверяков М.І. та ін. Одеса: ОДЕУ. 2011. Вип. 43. С. 298–305.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ

В час розвитку ринкових відносин в Україні та виникненням кризової ситуації, яка породжує інфляційні процеси й спад виробництва, підприємства знаходяться в скрутному фінансовому становищі. Як підтвердження цього є їх збиткова діяльність, пов'язана з недостатністю фінансових ресурсів та зниженням попиту на готову продукцію. Однією з причин цих явищ є надмірне відволікання оборотних коштів зі сфери виробництва у сферу обігу за рахунок постійного збільшення розміру дебіторської заборгованості в структурі оборотних коштів та, відповідно, росту кредиторської заборгованості в структурі джерел формування оборотних коштів. Як наслідок виникає необхідність залучення підприємствами в обіг додаткових оборотних коштів.

Роблячи огляд наукової літератури можна виділити наступні проблеми у сфері управління оборотними коштами підприємств України:

1. Недостатність грошових коштів для здійснення операційної діяльності унаслідок високого рівня дебіторської заборгованості і високоліквідних активів. Наявність значної частки простроченої дебіторської заборгованості виступає причиною зниження власних кредитних можливостей підприємства. У свою чергу заморожування засобів в розрахунках приводить і до неможливості підприємства інвестувати частину чистих операційних доходів в короткострокові фінансові інвестиції, що в умовах активізації фондового ринку України і наявності відносно стабільної банківської системи могло бути додатковим джерелом фінансування.

2. Низький рівень рентабельності оборотних коштів. Основна причина цього полягає у тому, що вітчизняні товаровиробники у якості пріоритету зростання доходу від реалізації вибирають ціновий чинник, а не випуск нової конкурентоспроможної продукції, різні методи стимулювання попиту і збуту продукції, упровадження нових технологій виробництва, залучення високо кваліфікованих фахівців у області технології виробництва, збуту продукції і фінансів.

3. Наявність зайвих виробничих запасів або їх недостатня кількість. Це виникає унаслідок недосконалості процесу нормування (планування) виробничих запасів за їх структурними складовими, що дозволяють враховувати ринковий попит на продукцію, позицію конкурентів, стан портфеля замовлень, взаємостосунки з постачальниками. Недостатня кількість сировини і матеріалів може привести до недовиконання виробничої програми, а в окремих галузях промисловості і до зупинки виробництва. У свою чергу надлишок сировини і матеріалів, готової продукції супроводжується додатковими складськими витратами, втратою вартості товарно-матеріальних цінностей унаслідок їх зберігання і не використання в строк [14, с. 63].

Наведені недоліки у області управління оборотними коштами підприємств несуть в собі ряд ризиків, які необхідно враховувати:

По-перше це ризик втрати ліквідності, обумовлений об'ємом і структурою оборотних коштів. Він потенційно несе в собі наступні явища: недостатність грошових коштів для забезпечення виробничої діяльності операційними активами, виконання поточних і довгострокових зобов'язань, що може стати причиною банкрутства.

По-друге ризик зупинки виробництва або скорочення об'ємів діяльності. Основними чинниками при цьому виступають наявність залежаної готової продукції на складах підприємства, відсутність розвиненої мережі збуту продукції, недостатність виробничих запасів або їх невідповідність нормам технологічного процесу, відсутність замовлень з боку споживачів унаслідок недостатньої конкурентоспроможності продукції.

Також існує ризик зниження ринкової вартості підприємства. Не дивлячись на те, що в теорії фінансового менеджменту оборотні кошти приносять якнайменший прибуток в порівнянні з необоротними, їх вплив на формування ринкової вартості підприємства більш значущий. Так, наявність залежаних і не мають попиту товарів, завищеного об'єму сировини і матеріалів приводить до утворення зайвих оборотних коштів, що хоча і збільшує балансову вартість майна промислового підприємства, але знижує його ринкову вартість. Недостатність вільних грошових коштів або їх незбалансованість в часі є причиною зростання кредиторської заборгованості, що також знижує ринкову вартість підприємства.

І наостанок дані недоліки можуть створити ризик нездатності до фінансування. Дебіторська заборгованість, особливо прострочена, наявність залежаних виробничих запасів вимагають відповідних джерел покриття, як які виступають короткострокова і довгострокова дебіторська заборгованість. Переважання короткострокової дебіторської заборгованості підвищує ризик втрати ліквідності, а довгострокової – ризик зниження рентабельності. У свою чергу, наявність у підприємства високої частки позикових джерел фінансування не дозволить йому розвивати діяльність за рахунок привернутих засобів.

У зв'язку з цим виникає потреба у вирішенні проблем, пов'язаних з пошуком шляхів оптимізації обсягу та структури оборотного капіталу, тобто знаходженні значень складових оборотного капіталу, при яких можна досягти найкращого стану фінансово-господарської діяльності, отримання необхідного результату при мінімальних ресурсних витратах. [2, с. 156]

Список використаних джерел

1. Кленін О. В. Актуальні проблеми управління оборотними коштами промислових підприємств. *Моделювання регіональної економіки*. 2011. №2. С.59-66.
2. Гуцаленко Л. В. Контроль дебіторської заборгованості в управлінні підприємством. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2012. №1. С. 154-159.

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ КОМПАНІЇ

Гейміфікація – це сучасний hr-тренд, спосіб організації робочого процесу, який дозволяє одночасно залучити працівника у роботу і заохотити його до нових звершень. Цей підхід ведення бізнес-процесів практикують найбільші світові корпорації, такі як: «Burger King», «Швидко гроші», «Deloitte», «Seriosity» і сотні інших компаній [1].

Статистичні дані свідчать, що 90% співробітників є більш продуктивними під час використовують гейміфікації робочого процесу, 72% людей вважають, що гейміфікація надихає їх працювати більше та краще. Використання мотивації на основі гри може підвищити рівень залучення працівників на 48%[2].

Механіка настільних ігор спонукає гравців наввипередки рухатися в середині визначеного шляху або системи, де існують: рольовий формат, мовні інструменти просування далі; чітко визначені основні та додаткові завдання, які повинна виконати людина в певний термін; визначений маршрут. У сучасному бізнес-середовищі можна спостерігати, як за допомогою цієї механіки підприємства ще до працевлаштування співробітника надають: дорожню карту розвитку, внутрішні програми розвитку та функціонал його посади, основні робочі локації та спеціальні можливості для працівників, замкнений обсяг часу та ресурсів на виконання задач.

Механіка оцінки за допомогою балів знайшла своє первинне застосування знайшла в шкільній системі, а у синтезі з ігровою індустрією відобразилася в появі: поняття «внутрішньоігровий магазин», ігрової валюти, профілю гравця.

У сучасній сфері управління це відобразилося наступними інструментами: уніфікована форма резюме, вхідний поріг чи підвищення рангу працівника відповідно до статистичних показників, преміювання залежно від обсягу виконаної роботи та ефективності, створення внутрішнього магазину компанії та ін.

Простий збір статистичних даних з часом став набридати користувачам, адже їхні профілі нічим не відрізнялися один від одного. Тому в ігровій та комп'ютерній індустрії почав виникати термін «досягнення», за допомогою яких гравці змогли відобразити свою статистичну ефективність в словесній формі, а не в якісних чи кількісних показниках відображення змін в моментних та інтервальних рядах динаміки. У свою чергу, це дало можливість введення в систему управління персоналом досягнень різного рівня(вагомості), можливість мотивування персоналу за допомогою публічного нагородження цими досягненнями та можливість експортувати їх у віртуальний простір на своїх публічних сторінках.

З появою соціальних мереж та можливості командної гри – широкого застосування стали набувати моделі командної організації структури підприємства з чіткими розмежування обов'язків між учасниками команди залежно від їх статистичних показників та досягнень.

Не можливо оминати поняття «симуляція», як одного з інструментів сучасної гейміфікації на підприємстві. Симуляція – це модель набору проблем або подій, які можна використовувати, щоб навчити когось робити щось, або процес створення такої моделі [3]. Первинна форма симуляції знайшла відображення у кейсовій формі розв'язання ситуацій, впровадження нових ідей та навчання. Кейс – це опис конкретної задачі або проблеми у компанії, для якої потрібно знайти рішення [4].

Діджиталізація нашого світу надала робітникам можливість проводити моделювання результатів від проведення різноманітних дій в комп'ютерній симуляції, що у свою чергу відкриває для працівників компанії наступні можливості: підвищення кваліфікації, отримання інноваційних результатів.

На основі викладеного матеріалу статті, пропонуємо наступну структуру гейміфікації як інструменту управління (рис. 1).



Рисунок 1. Рівні впровадження гейміфікації в управління працівниками

Джерело: розроблено автором

Таким чином, можемо простежити наступну тенденцію: уже в наш час мінімальний та середній рівні гейміфікація стали невід'ємними складовими діяльності компаній загалом, особливо у сфері управління людськими ресурсами; впровадження нового рівня гейміфікації підвищує рівень інноваційності виробничих процесів та середовища.

Список використаних джерел

1. Гейміфікація: працюй легше, працюй граючись. URL: https://pracija.com.ua/statti/gejmifikacija_-pracjuj_legshe_pracjuj_grajuchys/134.html
2. How Gamification in the Workplace Impacts Employee Productivity. URL: <https://medium.com/swlh/how-gamification-in-the-workplace-impacts-employee-productivity-a4e8add048e6>
3. Кембриджський словник. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
4. Офіційна сторінка кейс-спільноти "Casars" URL: <https://casars.org>

АКТУАЛЬНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Наразі у більшості країн панує ринкова економіка, правил якої мають отримуватись підприємства, що хочуть провадити свою господарську діяльність. Дані підприємства змушені впроваджувати нові технології. Це необхідно, щоб оптимізувати процеси виробництва та знизити собівартість продукції, впорядкувати виробничі процеси, а також процеси, що стосуються сприяння збуту та реалізації продукції [1].

Щоб вижити в таких умовах, підприємствам необхідно піклуватись про забезпечення своєї економічної безпеки. Одним з найголовніших питань, що є проблемним та може завдавати шкоду економічній безпеці підприємства, - це управління ресурсами даного підприємства та їх оптимізація, до складу яких входять фінансові, сировинні, технологічні, а також трудові ресурси [2]. Дані ресурси – основа діяльності підприємства. Без яких неможливо організувати виробничий процес.

Умови, що на сьогоднішній день існують на ринку, ускладнюють існування підприємствам, саме тому доведення до ладу структури формування та використання ресурсів можуть сприяти забезпеченню конкурентоспроможного стану підприємства. Структурною складовою ресурсів та головною проблемою підприємства є формування запасів. Вони необхідні як для забезпечення налагодженого процесу виробництва, так і для формування достатнього обсягу запасів вже виробленої продукції.

Безпосередньо запаси ресурсів та готової продукції - це основа операційної діяльності. Їх оптимальний рівень має бути визначений ще при формулюванні загальної стратегії підприємства та визначенні технології виробництва[3]. Вони є гарантом для підприємства, що у форс-мажорних випадках підприємство буде спроможним забезпечити подальше своє функціонування. Нехтування даними питаннями може призвести до виникнення низки проблем на підприємстві, що зашкодять економічній безпеці, а також призведуть до виведення капіталу підприємства з обороту, що також спричиняє труднощі у його функціонуванні.

Важливо також зазначити, що нормативний обсяг, структура та асортиментний ряд запасів не можуть бути однаковими для всіх підприємств, бо перелічені аспекти залежать від галузі, в якій функціонує підприємство, його виду продукції чи послуг, а також етапу становлення або розквіту діяльності підприємства. Але, незважаючи на всі зазначені складові, проблема формування та оптимізації запасів зберігає свою актуальність та важливу роль в діяльності даного підприємства.

Проблема ретельного розгляду питання щодо формування запасів полягає в тому, що надлишковий рівень запасів підприємства призводить до виведення

обігових коштів. Це несе в собі негативний ефект, бо в іншому випадку ці кошти можна було б інвестувати в розширення вже існуючого виробництва або вкласти їх в інші інвестиційні проекти. Нестача запасів також не несе позитивного ефекту для підприємства. У разі виникнення такої ситуації буде неможливо виконувати норму виробництва продукції, якщо мова йде про виробничі запаси, та призведе до незадоволеного попиту споживачів, якщо це стосується запасів готової продукції. Така ситуація може призвести до втрати уваги та коштів споживачів, що забезпечують прибуток підприємству [4].

Для підприємств в Україні формування необхідного обсягу запасів, їх оптимізація та ефективне використання посідають дуже важливу роль. Без цього підприємства не мають шансів підвищити ефективність свого функціонування, що виражається у мінімальному рівні витрат даного підприємства та отриманні максимального прибутку[3]. Саме тому для вітчизняних підприємств дуже актуальним є питання організації управління запасами. Ефективне використання ресурсів дозволить ефективно використовувати капітал підприємства, забезпечувати конкурентоспроможний стан та виготовлення якісної продукції, яка забезпечувала б задоволення попиту споживачів, а з тим водночас - підвищений прибуток.

Висновки. Таким чином, чітке формулювання стратегії підприємства, на основі якої базується виробничий потенціал, нормативний обсяг запасів та система управління ними, - запорука ефективного розвитку підприємства та отримання максимального прибутку від його функціонування.

Список використаних джерел

1. Круш П. В., Орлюк Ю.В. Теоретичні основи управління матеріальними запасами підприємств. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108775/103718> (дата звернення 24.04.2022).
2. Федак Л. М. Запаси підприємств: сутність та класифікація. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. № 1. С. 157-162 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2012_1/157-162.pdf (дата звернення 24.04.2022).
3. Іващук О. В. Управління запасами як складова методології керування підприємством. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 404-407. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/85.pdf> (дата звернення 24.04.2022).
4. Малярова С. В. Організація обліку виробничих запасів: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. № 17. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/2/40 (дата звернення 24.04.2022).

Секція

**ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ТА ПРАВОВОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ**

Павленко В.О.
студент 38 групи,
Траченко Л.А.
д.е.н., доцент

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сьогодні Україна перебуває у стані воєнного часу, який було запроваджено 24 лютого 2022 року у зв'язку зі стрімкою ескалацією російсько-української війни. І хоча в період військових дій не території нашої країни більшість питань захисту прав споживачів відходять далеко на задній план, все ж визначальні категорії споживчого ринку, такі як ціна та якість, мають бути під чітким наглядом контролюючих органів. Варто зазначити, що в умовах воєнного стану попит на товари соціального значення значно зріс. Усе це супроводжується різкою міграцією населення і тимчасовим спадом активності підприємництва та бізнесу.

Ціни на основні продукти споживання стрімко зростають, що має пояснення під час воєнного стану. Однак це явище потребує узгодження з положеннями щодо захисту прав споживачів. Відомо, що до початку воєнних дій, 12 січня, постановою Кабінету Міністрів запроваджено граничний рівень торговельної надбавки не вище 10% на деякі продукти харчування, що мають істотну соціальну значущість. Це було запроваджено у зв'язку з дією карантину, спричиненого епідемією COVID-19 [1]. Моніторинг цін на продукти здійснює, в основному, Головне управління Держпродспоживслужби України.

Властивим для періоду воєнного стану є обмеження кількості одиниць продукції до продажу одному споживачу. Очевидно, що ці обмеження мають підстави, проте, вони потребують дослідження з погляду на захист прав споживачів.

Україна впевнено рухається вектором євроінтеграції і здійснює необхідні заходи щодо відповідності європейським нормам та вимогам. Продовжується гармонізація нашого законодавства та стандартів до міжнародних вимог, зокрема у сфері захисту прав споживачів. І хоча законодавство України формально надає споживачам широке коло повноважень щодо захисту своїх законних прав та інтересів, реалізувати цю можливість доволі складно через низку наявних проблем у цій сфері, таких як: недосконалість законодавства, корупцію, недофінансування, необізнаність та недовіру громадян тощо [2]. Під час воєнних дій тиск цих проблем посилюється, деякі з них трансформуються, виникають нові, і все це ніяк не покращує ситуацію у сфері захисту прав споживачів.

Позитивним заходом для нашої держави є підписання Президентом України заяви на членство України в Європейському союзі від 28 лютого 2022 року [3]. Це означає, що Україна у прискореному режимі буде розглядатися для отримання статусу кандидата на членство в Євросоюзі. Безперечно, це суттєві зрушення у процесах євроінтеграції України, перспективні можливості для

країни стати повноцінною ланкою динамічної економічної, правової та соціальної системи Європейського Союзу, незважаючи на тяжкі часи воєнного стану та невизначеності. З огляду на це, важливим є завдання дослідження та продовження розробки і гармонізації законодавства та нормативних актів у сфері прав споживачів для активного сприяння прискореному завершенню євроінтеграції України. А це для нас єдиний і необхідний вектор розвитку, бо Європа – наш спільний дім [4].

Варто зацентувати увагу на питаннях волонтерської діяльності, яка активізувалася під час війни: виготовлення, збір, розподіл, перевезення виробів з борошна, м'яса, молочних продуктів, консервації, овочів, іншої харчової продукції, одягу, виробів з тканини, ліків та медичних товарів, товарів гігієни та багатьох інших товарів гуманітарного характеру. Часто стається так, що волонтерам для виготовлення, зберігання та перевезення харчових та інших продуктів немає належних умов, і їм доводиться для досягнення мети використовувати наявні можливості, навіть якщо вони не відповідають стандартам безпеки та якості [5]. В таких обставинах необхідною є популяризація та практичне роз'яснення волонтерам стандартів якості і технологій виробництва з орієнтацією на задоволення гуманітарних потреб, враховуючи хоча б основні положення прав споживачів про безпеку та якість продукції. Така просвітницька робота могла б значно поліпшити ефективність діяльності волонтерів, підвищити їх спроможність виконувати важливі заходи на користь суспільства.

Розглянуто лише кілька питань, що стосуються захисту прав споживачів, і є частиною викликів сьогодення. Наразі головним нині є фактор невизначеності, тяжкі умови воєнного стану, а головними цілями є перемога, гарантії національної безпеки та повна євроінтеграція. Для досягнення національних цілей кожному українцю треба працювати в своєму полі діяльності й досягати успіхів у підприємстві та бізнесі. Законодавство у сфері захисту прав споживачів має бути спрямоване на безумовну гарантію громадянам, вагомою і значущою для української нації та її процвітання.

Список використаних джерел

1. Урядом запроваджено державне регулювання цін на деякі продукти харчування: урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uryadom-zaprovadzheno-derzhavne-regulyuvannya-cin-na-deyaki-produkti-harchuvannya>
2. Траченко Л.А. Проблеми захисту прав споживачів в Україні в умовах євроінтеграційних процесів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. Вип. 65. С.48-52.
3. Історичний документ: стаття ресурсу «BBC News Україна». URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-60542129>
4. Коментар: Україні потрібна європейська перспектива: сюжет ресурсу Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/komentar-ukraini-potribna-yevropeiska-perspektyva/a-61069093>

5. Як запобігти отруєнню на час воєнного стану: рекомендації для гуманітарних штабів. URL:
<https://consumer-cv.gov.ua/yak-zapobigty-otruiennyu-na-chas-voennogo-stanu/>

Беркар Ю.В.
студентка 36 групи,
Траченко Л.А.
д.е.н., доцент

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ПОВЕРНЕННІ ТОВАРУ НЕНАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ

В умовах євроінтеграції України, зростає актуальність застосування міжнародних стандартів якості продукції та забезпечення доброчесної підприємницької діяльності. У контексті забезпечення секторальної співпраці Європейського союзу (ЄС) і України, що передбачена Угодою про Асоціацію між ЄС та Україною, актуальним питанням є захист прав споживачів [1]. Безумовним для вітчизняних бізнес-компаній є виконання вимог українського законодавства щодо захисту прав споживачів, перш за все, Закону України «Про захист прав споживачів» (далі Закон). У період фінансової кризи в Україні проблема захисту прав споживачів стала особливо гострою та актуальною. Науково-технічний прогрес та пов'язаний з ним економічний розвиток потребують оновлення на державному рівні економічних механізмів захисту прав споживачів, зокрема пов'язаних з неналежною якістю товарів та послуг [2].

Згідно із Законом, неналежна якість товару – властивість продукції, яка не відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах, та умовам договору із споживачем. Варто акцентувати увагу на відмінностях у поняттях «недолік» та «істотний недолік», правильне розуміння яких суттєво поліпшує процес захисту прав споживачів. Недолік – будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем). Істотний недолік – недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижченаведених ознак: він взагалі не може бути усунутий; його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів; він робить товар іншим, ніж передбачено договором [3].

Діяльність в якості консультантів Молодіжного студентського руху «Допомога споживачу» ОНЕУ дозволила прийти висновку, що більшість проблем щодо захисту прав споживачів пов'язана з поверненням товару неналежної якості. Проведений аналіз скарг споживачів за період 2021-2022 рр. дав змогу окреслити основні проблеми.

Перша проблема пов'язана з відмовою продавців в поверненні товару неналежної якості або його заміні на якісний. Незважаючи на те, що згідно зі ст.8 Закону, продавець, виробник (підприємство, що виконує їх функції) зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його

вимоги, вони намагаються всілякими способами уникнути виконання цих вимог.

Наступною проблемою є виявлення недоліку товару після закінчення гарантійного строку. Згідно зі ст. 8 Закону, споживач має право пред'явити виробнику (продавцю) вимогу про безоплатне усунення недоліків товару після закінчення гарантійного строку. Ця вимога може бути пред'явлена протягом установленого строку служби, а якщо такий не встановлено – протягом десяти років, якщо в товарі було виявлено недоліки (істотні недоліки), допущені з вини виробника [3].

Доцільно окреслити проблему відмови продавців або виробників у поверненні товару неналежної якості із-за відсутності деталей та комплектуючих для його ремонту. Згідно зі ст. 6 Закону, виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі та асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва – протягом строку служби, в разі відсутності такого строку – протягом десяти років [3].

Варто акцентуватись також на проблемі, пов'язаній з ненадання розрахункового документа покупцю продавцем (виконавцем), що робить процес повернення товару неналежної якості набагато складнішим. Для захисту своїх прав та отримання змоги повернути неякісний товар продавцю, споживачу необхідно скористатися вимогами ст.3 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг», яка вказує на те, що суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг зобов'язані надавати покупцю товарів (послуг) за його вимогою чек, накладну або інший письмовий документ, що засвідчує передання права власності на них від продавця до покупця [4].

Зважаючи на вище досліджені проблеми, потрібно завжди пам'ятати, що права споживачів – це невід'ємна частина прав людини і варто вчитися самостійно обстоювати свої права, вимагати та спонукати продавців (виконавців) виконувати вимоги законодавства та здійснювати доброчесну підприємницьку діяльність.

Список використаних джерел

1. Траченко Л.А. Проблеми захисту прав споживачів в Україні в умовах євроінтеграційних процесів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. Вип. 65. С.48-52.

2. Парасюк М.В. Проблемні аспекти захисту прав споживачів в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Том 1. 2017. №44. С.101-104.

3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 10.04.2022).

4. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі,

громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ У КОНТЕКСТІ ЗАГРОЗ І ВИКЛИКІВ

Початок 2022 року для України став новою точкою відліку в підприємницькій сфері діяльності. Ми функціонуємо в умовах повної невизначеності, в соціально-економічній непередбачуваності і безпекових ризиках. Наразі одним з найважливіших питань є готовність бізнесу щодо реагувань на надзвичайних подій, наприклад: воєнний стан та бойові дії на північно-східних та південно-східних кордонах держави та рецидив глобальної пандемії. Через це потрібно подумати, як саме зреагує бізнес на виклики подібного роду, які уже несуть критичну небезпеку і вимагають дій із захисту власників майна, бізнесу тощо.

Ми виділили три стани поводження бізнесу в даних умовах, це переміщення, евакуація та відновлення. Наразі зовнішні ризики є доволі критичними і на деяких територіях дуже важко або неможливо забезпечити безпечне функціонування бізнесу. Саме тому потрібно тимчасово перемістити офіси, працівників, технічне забезпечення в більш безпечне місце. Є два типи переміщення:

Короткострокове (тактичне) переміщення (до 30 днів) бізнесових операцій та визначених критичних стейкхолдерів;

Подовжене (стратегічне) переміщення (від 30 днів) бізнесових операцій та визначених критичних стейкхолдерів.

Також можна зайняти досвід у інших країн і виділити наступні практики переміщення:

Визначити місця та напрямки, куди можна тимчасово перемістити на стан критичної небезпеки;

Створити плани і розрахунки для здійснення короткострокового або подовженого переміщення. Бажано зробити декілька варіантів на випадок невдачі;

Перевірити налагоджене функціонування засобів комунікації, Інтернету та зв'язку на новому місці;

Підтримувати регулярний зв'язок з персоналом, щоб люди були сконцентровані на роботі, а не на загрозі.

Важливо мати запасний план дій на випадок, якщо на новому місці роботи також погіршиться ситуація. В цій ситуації рекомендовано евакуювати бізнес, персонал і себе.

Алгоритм дій у випадку виведення непростий і часто потребує допомоги професійних зовнішніх консультантів, що мають досвід. Сюди будуть входити наступні кроки:

Первинний аудит евакуаційної та антитерористичної безпеки;

Аналіз даних аудиту, їхня систематизація і формування різних функціональних списків;

Забезпечення фізичної підготовки при проведенні евакуації, проведення підготовчих заходів;

Погодження плану евакуації відповідно до груп учасників.

Потрібно розуміти, що не один найдосконаліший план не буде ефективним, якщо не протестувати його на практиці декілька разів. Саме тому потрібно регулярно проводити подібні заходи для запобігання ще більших ризиків через людський фактор. Нижче наведено рекомендовані практики поведення бізнесу під час евакуації:

Виведення іноземного персоналу і власників має здійснюватися під наглядом безпекових провайдерів;

Впевнитися, що місцевий персонал розуміє які наступні кроки, що пов'язані з діями під час евакуації;

Якщо у працівника є страховий поліс, наголосити на необхідності завчасного розуміння того, що конкретно він покриває;

Виплатити робітникам зарплатню готівкою;

Встановити канали зв'язку з робітниками, що залишилися поза межами дії евакуації.

Відновлення роботи підприємств та організацій – це забезпечення роботою людей, у тому числі й тих, які вимушено залишили постійне місце проживання, забезпечення населення продукцією щоденного попиту, відновлення логістики, наповнення державного бюджету. Щодо активації бізнес процесів ми пропонуємо переглянути регулювання ринків з метою підвищення їх ефективності, зокрема:

«очистити» регуляторні поля від регулювання, що не відповідає принципам регуляторної політики;

оцінити якість регулювання ринків та врахувати досвід минулих рішень для проектування нового регулювання;

підготувати рекомендації щодо системного вдосконалення регулювання;

практичне впровадження регуляторів, бізнесу та суспільства, що призведе до підвищення рівня залученості бізнесу до процесу регулювання його діяльності.

Список використаних джерел

1. Поліпшення бізнес клімату. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/polipshennya-biznes-klimatu>
2. Бізнес у контексті загроз і ризиків. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/biznes-u-konteksti-zagrozi-rizikiv.html>
3. Бізнес під час війни: яку підтримку запропонувала влада і як виживає бізнес. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60757453>

КРИТЕРІЇ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ПРО ВІДКРИТТЯ НОВОГО БІЗНЕСУ

Існування людства нерозривно пов'язане з розробкою, прийняттям та реалізацією управлінських рішень. Вони спонукають людей не лише до створення найбільших духовних та матеріальних цінностей. Від того, хто і як організує свою та чужу діяльність у системі управлінських рішень, залежать зміст та якість життя, дотримання законів та майбутнього.

Роль управлінських рішень зросла за умов науково-технічного, прогресу, значно розширює можливості людини, з одного боку, у досягненні своїх цілей, з другого — у науковому обґрунтуванні прийнятого рішення, його оптимізації та практичної ефективності при відкритті будь-якої справи.

Сутність та функції теорії прийняття рішень. Під сутністю прийняття рішень як процесу розуміють внутрішню, щодо стійку основу управлінського рішення, що визначає його сенс, роль та місце у функціонуванні та розвитку організації. Сутність прийняття рішень зазвичай проявляється через різноманітні зовнішні зв'язку та дії, що характеризують одну із сторін управлінського рішення. Виходячи з цього, можна визначити предмет дослідження теорії прийняття рішень. Суть розробки прийняття рішень полягає у діяльності особи, яка приймає рішення, щодо виконання основної функції керівника у процесі управління [4, с. 8].

Основна мета управлінського рішення – забезпечити координуючий (регулюючий) вплив на систему управління, що реалізує рішення управлінських завдань персоналом для досягнення цілей організації. Досягнення цих цілей передбачає вирішення проблем та завдань, що становлять утримання та послідовність дій осіб, що приймають рішення, при виконанні безпосередніх обов'язків. Основними завданнями є: створення інформаційної бази для прийняття своєчасних рішень; визначення обмежень та критеріїв прийняття рішення; організація діяльності персоналу управління.

Для своєчасного прийняття рішення необхідно мати систему управління, що забезпечує реалізацію складної системної діяльності осіб, які приймають рішення, на науковій основі організувати роботу персоналу управління, що використовує ефективні методи та автоматизовані системи управління.

Від персоналу управління, що залучається до прийняття рішень, потрібні як професійні якості, і особисті.

При цьому якість прийнятих рішень багато в чому залежить від злагодженості колективу, властивої йому організаційної культури, відносин між керівниками та виконавцями, використання систем підтримки прийнятих рішень. З цих питань теорія прийняття рішень має виробити науково обґрунтовані практичні рекомендації, базуючись на об'єктивних законах та

досягненнях суміжних наук і теорій, насамперед соціальних, психологічних та правових. При цьому головне — не просто знати закони, а розумно використати механізм їхнього прояву. Отже, предмет дослідження теорії прийняття рішень — закони, закономірності діяльності осіб, які приймають рішення, її організаційні форми, технології та методи, принципи управління та організації праці, сутність та зміст рішень.

Управлінська діяльність осіб, що приймають рішення, та персоналу управління в процесі розробки, прийняття та реалізації рішень при відкритті власної справи досліджується у різних аспектах, що вимагає застосування різноманітних методів: спостереження, порівняння, аналізу, синтезу, фізичного та математичного моделювання тощо [3, с. 27].

Критерії в більшості випадків має відповідати бізнес із гарною рентабельністю та перспективою: мінімум вкладень; гарна націнка; мінімум додаткових витрат; низька чи помірна конкуренція; затребуваність у перспективі; масштабування та можливості делегування; гарний потенціал зростання.

Згідно з рейтингом фінансово-економічного журналу Forbes, у топ-10 найприбутковіших і найперспективніших сегментів малого бізнесу потрапили: приватні аудитори; мануальні терапевти; спеціалізовані клініки; бухгалтерські послуги; послуги стоматологів та ортодонтів; податкові розрахунки; юридичні послуги; дрібне кредитування підприємств; приватні фінансові керуючі (трейдери) [6].

Всі перераховані вище види бізнесу не втрачають своєї актуальності і в кризовий час, а дрібне кредитування підприємств і трейдинг у біржовій торгівлі стали особливо актуальними якраз у період економічної турбулентності.

Спокій та сталість бізнесу — центральне завдання будь-якої компанії, забезпечення якої дозволяє прогнозувати зростання прибутку. На жаль, без експертів у галузі юридичного та фінансового консалтингу складно досягти бажаних результатів на самому початку — це стосується не лише питань організації, а й планування, мотивації, контролю нового бізнесу та його відкриття.

Список використаних джерел

1. Анісімов О. С. Гегель: Мислення і розвиток (шлях до культури мислення). М.: Агроістест Вісник, 2000.
2. Дмитренко Г. А. Жорсткий менеджмент в мікроекономіці. *Персонал*. 1998. № 5. С. 4-10.
3. Днів В. С. Управлінські рішення: Невизначеність, моделі, інтуїція. Новосибірськ, 2001.
4. Дятлов В. А., Кібанов А. Я., Піхало В. Т. Управління персоналом. М.: Пріор, 1998.
5. Знаків В. В. Концептуальна психологічна модель прийняття рішень. *Психологія*. 1991. №5. С.174-185.
6. Офіційний сайт «forbes.ua». URL: <https://forbes.ua/news/maliy-ta-seredniy-biznes-za-misyats-vtrativ-cherez-viynu-80-mlrd-yaki-problemi-ta-ochikuvannya-pidpriemstv-25032022-5015> (дата звернення:

14.04.2022)

Севастьянов В. Д.
студент 58 групи,
Сментина Н. В.
д.е.н., професор

НЕОБХІДНІСТЬ СТИМУЛЮВАННЯ ПІДПРЕМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Сьогодні, коли Україна переживає важкі часи, обумовлені військовою агресією, на плечі мешканців країни лягла велика кількість важливих та складних питань, які потребують швидкого реагування та правильних рішень. Одним із таких питань є підтримка економічного руху. В найважчі хвилини важливо не зупинити потік економічних відносин, досягнень та робити все можливе, щоб зберегти грошово-фінансовий потік в державі.

Гарантами економічної стабільності та процвітання фінансової складової держави є саме підприємці та їх діяльність на теренах держави. Підприємництво – це обов'язковий елемент ринку, важливий фактор розвитку та ефективного функціонування економіки. Від діяльності суб'єктів підприємницької діяльності залежить ефективний розвиток економіки, збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів, а також вирішення соціальних проблем, у тому числі зменшення безробіття, підвищення рівня життя населення.

Через війну більшість підприємств залишились без можливості функціонувати без перешкод. У деяких регіонах держави бізнес-діяльність повністю заблокована та не можлива, тому тим підприємствам, які зазнали пошкоджень, потрібна допомога та підтримка з боку держави. За таких умов держава повинна брати активну участь у формуванні політики щодо сприяння розвитку підприємництва шляхом використання економічних важелів та механізмів сприяння.

Саме стимулювання підприємців держава у цей час ставить на перший план. Завдяки стимулюванню підприємницької діяльності у більш безпечних регіонах, створюються нові робочі місця, виробляється продукція, з'являється можливість підтримувати армію як фінансово так і матеріально. Розширення сфери економічної діяльності бізнесу сприяє розвитку перспективних напрямів сфери реального виробництва, збільшення присутності бізнесу в агропромисловому секторі, транспортному комплексі, забезпечує зростання якості послуг у нових секторах регіональної економіки.

Для стимулювання національної економіки на час воєнного стану в Україні запроваджено пільгове кредитування підприємців. Будь-який бізнес зможе отримати кредит під 0% на час воєнного стану плюс 1 місяць після війни. Далі буде мінімальна ставка – 5%. А загальний обсяг кредиту може сягати до 60 мільйонів гривень. Наразі особливості та порядок надання пільгового кредитування встановлені Постановою Кабінету Міністрів України №312 від 18.03.2022, що вступила в силу 19.03.2022 р. [1].

На законодавчому рівні встановлено, що фінансова підтримка надається:

- для фінансування суб'єктів підприємництва – сільськогосподарських товаровиробників з метою проведення сільськогосподарської діяльності на час воєнного стану та упродовж 6 місяців після його закінчення;

- для фінансування суб'єктів підприємництва з метою запобігання російської агресії та подолання її наслідків, а також для потреб ЗСУ та інших військових формувань;

- надання державної підтримки для запобігання виникненню та поширенню, локалізації та ліквідації спалахів епідемій та пандемій COVID-19, а також подолання її наслідків.

Для підприємств, що можуть перемістити власну діяльність у більш безпечні регіони розпочинає своє функціонування державна програма **щодо тимчасового** переміщення підприємств.

Урядом запущено програму з релокації українських виробництв. Підприємствам, що планують переміститись до безпечних областей, буде надана допомога у підборі місць для їх виробничих потужностей, перевезенні та розселенні персоналу, пошуку нових працівників. Програма спрямована на збереження виробничого і трудового потенціалу України і орієнтована на усі підприємства, які бажають перемістити виробництво на територію Західної України [2].

Низка інструментів спрямовані на підтримку фізичних-осіб підприємців. Так, фізичні особи-підприємці I та II групи на час воєнного стану та протягом року після його завершення звільнюються від сплати ЄСВ, фізичні особи-підприємці III групи звільнюються від сплати ЄСВ за найманих працівників, які були призвані до лав ЗСУ, інших збройних формувань. Відтермінується сплата податків для всіх підприємств, які не спроможні їх заплатити. Скасовуються усі заходи ринкового та споживчого нагляду у всіх питаннях, крім регулювання цін та контролю за ціноутворенням.

Отже, стимулювання та підтримка роботи українського бізнесу під час воєнного стану – важливе завдання для забезпечення економічної спроможності України протистояти викликам війни. Саме завдяки стимулюванню бізнесу, загальний економічний стан держави зможе подолати усі скрутності, які з'явилися на шляху у цей час. Навіть у поточних надскладних умовах держава здійснює доступні кроки, аби підтримати підприємства, що опинились у скрутних умовах.

Список використаних джерел:

1. Деякі питання користування пільгами з оподаткування для підприємств та організацій громадських об'єднань осіб з інвалідністю в умовах воєнного стану на території України : Постанова Кабінету міністрів України від 18.03.2022 р. №312. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/323-2022-%D0%BF#Text>.

2. Програма підтримки бізнесу. URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/programi-pidtrimki-sodo-timcasovogo-peremisenna-pidpriemstv-z-postrazdalih-regioniv>.

Антошко Р. С.
Студент 49 групи
Захарченко Н. В.
д.е.н., доцент

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Крок за кроком українські підприємства різноманітних сфер від промислової діяльності до органів влади проходять процес диджиталізації, впровадження в бізнес сучасних технологій, повний або частковий перехід діяльності в онлайн. Для багатьох це незрозумілий і тернистий шлях, але бізнес йде по ньому для автоматизації процесів, поліпшення якості послуг, підвищення своєї конкурентної спроможності, залучення нової аудиторії, збільшення кількості продажів та низки інших причин.

У сучасному інформаційному суспільстві система забезпечення кібербезпеки України створюється і розвивається відповідно до Конституції України та інших нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини в електронній сфері. Основу даної системи складають органи, сили та засоби забезпечення кібербезпеки, які застосовують комплекс адміністративно-правових, інформаційно-аналітичних, організаційно-управлінських, та інших заходів, спрямованих на забезпечення стійкого функціонування системи державного управління [2, с. 12].

Згідно Закону України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», кібербезпека – захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави під час використання кіберпростору, за якої забезпечуються сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національній безпеці України у кіберпросторі [3].

Процес диджиталізації підприємства так само включає в себе переведення всієї інформації в цифровий вигляд, що зберігається як правило в мережі інтернет, найчастіше на сервері або хмарному сховищі. Підприємство зберігає в собі конфіденційну інформацію про особисті дані своїх клієнтів, внутрішню діяльність компанії, фінанси, постачальників та інше.

Зберігаючи цінну інформацію, підприємство автоматично стає мішенню для зловмисників, метою яких є отримати ту саму інформацію. Мотивами зловмисників може стати отримання фінансів, завдання репутаційного удару, використання інформації в політичних цілях, що особливо актуально в період військового стану в країні.

Так, наприклад, у ніч із 13 на 14 січня 2022 року відбулася хакерська атака на сайти уряду та низки міністерств, не працювали сайти Міністерства закордонних справ, Державної служби з надзвичайних ситуацій, Кабінету Міністрів.

Наприкінці лютого 2022 року розпочалася чергова масова DDoS-атака на Україну. Спостерігалися проблеми з доступом до веб-сайтів Верховної Ради, Кабінету Міністрів, Міністерства закордонних справ України та Служби безпеки України [1].

Але не лише політичні та державні об'єкти стали жертвами кібератак. За березень 2022 року сталося втричі більше різного роду атак хакерів, ніж за аналогічний період минулого року. Про це повідомляє Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації. Найчастіше хакерські атаки зазнавали підприємства із фінансового сектора, логістичні компанії, медіа. Багато хто міг чути про хакерські атаки на "Приватбанк", "ОщадБанк", "Укртелеком", "Тріолан", "TENET" та інші.

При проведенні хакерської атаки на підприємство можуть використовуватися такі методи:

- соціальна інженерія – зламування веб-системи шляхом використання вразливостей людського фактора;
- DOS \DDOS\Load attack - навантаження сервера з метою уповільнення роботи або повної відмови обслуговування;
- шкідливе ПЗ – поширення шкідливого програмного забезпечення з метою отримання доступу до інформації, вимоги викупу, зупинення діяльності;
- IoT hacking - метод отримання доступу до вашої мережі через зламування інтернету речей підключених до мережі;
- експлойт нульового дня - спосіб використання програмної вразливості до того як було розроблено рішення щодо її усунення.

Для забезпечення кібербезпеки підприємства рекомендується запроваджувати такі заходи:

- проведення курсів для співробітників з протидії соціальній інженерії;
- тестування навантаження мережі, впровадження у інфраструктуру підприємства WAF, Firewall та систем Анти-ДДОС;
- проведення аудиту безпеки інтернету речей підключених до вашої мережі;
- проведення випробування на проникнення – симуляції атаки хакера для виявлення вразливостей вашої мережі.

Для забезпечення безпеки ІТ-інфраструктури підприємства зазвичай потрібно ще більше, залежно від її розмірів. Але навіть залучення найкращих фахівців у сфері кібербезпеки не може забезпечити безпеку вашої ІТ-інфраструктури на сто відсотків.

Список використаних джерел

1. За время войны количество хакерских атак в Украине выросло в три раза. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2022/04/3/685157/>
2. Лісовська Ю.П. Кібербезпека: ризики та заходи: навч. посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 272 с.
3. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України : Закон України. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/T172163?an=1>

Гусін О. В.
студент 49 групи,
Захарченко Н. В.
д.е.н., доцент

ХАРАКТЕРИСТИКА БІЗНЕС-ІДЕЇ СТВОРЕННЯ СУБ'ЄКТУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Ресторанне господарство (РГ) являє собою велику організаційно-господарську систему, підприємства якої виконують важливі соціальні завдання, пов'язані із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування та відпочинку і дозвілля. Основою цієї системи становлять як підприємства і заклади ресторанного господарства, так і підприємства інших видів економічної діяльності, структурними підрозділами яких є заклади ресторанного господарства, що характеризуються єдністю форм, організації виробництва й обслуговування споживачів і які розрізняються за типами та своєю спеціалізацією.

Спрямування бізнес-ідеї саме на ресторанну сферу пояснюється наступними чинниками. По-перше, українці починають все більше прагнути розваг та відкриття нових, невідомих їм гастрономічних вражень. Звичайні споживачі стають більш вибагливими з кожним днем і вимагають більше. По-друге, стрімке зростання медіа активності задає нові стандарти ведення повсякденності. З'явилася потреба в індивідуальному підході до клієнта, тобто клієнтоорієнтований підхід. Її викликають красивою їжею із цікавого посуду, відмітками з популярних локацій та заходів, активним соціальним життям у місцях де знаходиться велика кількість однодумців. По-третє, Україна є дуже цікавою локацією для гастро туристів. Вона приваблива відносно низькими цінами на популярні в усьому світі страви та напої, недорогими розвагами та якісним сервісом.

Закладом ресторанного господарства вважається організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка виробляє і (або) заготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [1].

На сучасному етапі ресторанне господарство є однією з найприбутковіших сфер здійснення економічної діяльності у світі, однак така діяльність є також однією з найризикованіших. Слід зазначити, що не існує еталонної моделі ведення ресторанного бізнесу, і хоча історично це одна з найдавніших сфер діяльності, вона є достатньо інноваційною.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, що за своїм змістом поділяються на такі:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- послуги з реалізації продукції;
- послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги.

Будь-яке успішне підприємство ресторанного бізнесу – насправді вдала технологія, і, як будь-яка технологія, вона може бути відтворена в будь-якому місті світу. З року в рік ресторанні технології стрімко розвиваються. Саме цей чинник змушує топ-менеджерів продумувати не тільки основну стратегію і стиль діяльності ресторану, а й деталі, що додають закладу унікальності та неповторності. Тільки при формуванні грамотно розробленої концепції та послідовному комплексному впровадженні всіх складових ресторанного закладу, гарантований успіх у розвитку діяльності ресторану.

При розгляданні перспектив новостворюваного ресторанного закладу обов'язково треба розуміти, актуальну культуру харчування поза домом. В Україні культура харчування на сьогоднішній день змінюється у бік харчування поза домом. Особливо це стосується великих міст, Києва, Харкова, Одеси та ін.

Наразі експерти рекомендують *...”створювати ресторанний бізнес, орієнтований на процес задоволення потреб і побажань гостей. Успіх залежить від кухні, бару, персоналу, атмосфери, сервісу, маркетингу та віри в концепт. У кожного ресторану має бути своя родзинка”* [3].

Кількість ресторанів буде зростати і надалі, водночас і конкуренція стане жорсткішою. Експерти пояснюють ці тенденції так. З кожним днем у користувача послуг все більше і більше виникає потреба на відпочинок через надмірну кількість побутових проблем, завантаженість під час роботи та відсутність вільного часу для задоволення потреби у спілкуванні з близькими людьми. Саме тому роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається масштабами потреб людей у послугах споживання матеріальних і духовних цінностей з метою відновлення моральних та фізичних сил для подальшої продуктивної роботи.

Можна побачити різку зміну основних потреб споживача у ресторанній сфері діяльності лише згадавши про фізіологічну потребу користувача послуг у минулому, а саме в задоволенні потреб в харчуванні. За певний проміжок часу все більше ресторанна сфера діяльності починає спрямовувати свою потужність на формування атмосфери для клієнтів, а потреба у харчуванні все частіше стає лише однією з представлених послуг. Тому сьогодні ресторатори все частіше

починають розвивати і використовувати різноманітні інструменти у боротьбі за споживача.

Список використаної літератури

1. Самодай В. П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
2. Як відкрити ресторан в 2022? URL: <https://joinposter.com/ua/post/yak-vidkryty-restoran>
3. Як досягти успіху у ресторанному бізнесі. URL: <http://knukim.edu.ua/yak-dosyagti-uspihu-u-restorannomu-biznesi/>

Ржевський В.В.
студент 48 групи,
Клевцєвич Н.А.
к.е.н., доцент

СУЧАСНИЙ СТАН БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ

В умовах світової економічної кризи, сучасні українські підприємства опинилися в складних умовах нестабільного економічного та соціально-політичного середовища, в якому неможливо обійтись без ефективної та адаптивної до зовнішніх умов системи планування. В умовах невизначеності зовнішнього середовища підприємства не можуть повністю контролювати своє майбутнє і тому вимушені постійно пристосовуватися до зовнішнього середовища (вимог ринку, політики держави) та враховувати зміни, що неможливо передбачити на самому підприємстві, де процес планування здійснюється в умовах відносної невизначеності ринкового середовища. Таке значне підвищення рівня невизначеності, який породжується нестабільністю, підвищує роль планування в організації діяльності та управлінні підприємством.

Планування підприємницької діяльності, що широко застосовується в закордонній, а тепер і в вітчизняній практиці, засновано на бізнес - плані.

Практика показує, що відсутність збалансованого і постійно оновлюваного бізнес-плану, що утілює в реалії намічені цілі, свідчить про недоліки в системі управління підприємством і негативно впливає на можливості залучення ним фінансових ресурсів. Навпаки, реальне, достовірне планування забезпечує певну надійність фінансування підприємства, що дуже важливо для його успішного функціонування в умовах зовнішнього середовища, що нестримно змінюється.

Практика господарювання свідчить про те, що планування створює для суб'єктів господарювання важливі переваги [1]:

- забезпечує підготовку до використання майбутніх сприятливих для підприємства умов;
- попереджує про можливі проблеми;

- стимулює управлінський персонал до реалізації своїх рішень в подальшій діяльності;
- поліпшує координацію дій управлінського персоналу підприємства;
- сприяє раціональному використанню ресурсів на підприємстві.

Для українських підприємницьких структур можна відокремити декілька сфер, де є відчутна потреба в застосуванні планування [2].

1. Новостворені підприємства. Активні процеси розвитку підприємництва призводять до створення нових організацій та підприємств, посилення конкуренції між ними, банкрутства і закриття багатьох з них. Діяльність новостворених підприємницьких структур неможлива без наукового обґрунтування плану дій, яким є бізнес-план. Він розробляється кожною підприємницькою структурою в період заснування. Цей документ дає чітку відповідь на велику кількість запитань і застерігає нових товаровиробників від можливих помилок і прорахунків. Для новостворених підприємницьких структур розробляється маркетинговий план, оцінюються реальні конкуренти, визначається стратегія розвитку. обґрунтовуються оптимальний обсяг виробництва, штати працівників, матеріальні ресурси, фінансові результати тощо.

2. Діючі підприємницькі структури, які здійснюють реструктуризацію та диверсифікацію виробництва. В умовах зростаючої конкуренції більшість підприємницьких структур вимушені постійно дбати про вдосконалення продукції, освоєння випуску новітніх конкурентноспроможних товарів і послуг, що призводить до значних структурних зрушень у виробництві. Істотні зміни в техніці, технології, організації виробництва, збуті продукції впливають на основні параметри діяльності підприємства.

3. Державні, в тому числі казенні підприємства. Для цих підприємств функція планування є традиційною. Однак традиційний характер планування не передбачає власних цілей розвитку, аналізу і прогнозування стану економіки в залежності від змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах. Тому в умовах ринку державним і казенним підприємствам необхідно заново виробляти досвід планування діяльності.

4. Підприємства з частиною іноземних інвестицій в статутному фонді. Іноземні партнери, вкладаючи певні кошти в підприємницьку діяльність, прагнуть мати гарантії їх повернення, відповідного доходу з врахуванням орієнтовного часу його отримання, забезпечення найменшого господарського ризику. Крім того, в залежності від частки майна в статутному фонді, вони можуть брати безпосередню участь в управлінні підприємством, прийнятті управлінських рішень.

Підсумовуючі викладене зазначимо, що посилення ринкової конкуренції призводить до того, що компанії вимушені шукати нові інструменти, які дозволять їм зберегти завойовані ринкові позиції. Одним з таких інструментів може стати бізнес-планування, творче застосування якого дозволить створити ефективні конкурентоздатні підприємства. Слід зазначити, що саме активне використання інструменту бізнес-планування дозволить, як вже працюючим на ринку українським підприємствам, так і знову створеним, успішно

функціонувати в умовах ринку.

Список використаних джерел:

1. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / за ред. Н. В. Сментини. Харків: «Діса плюс» 2020. 368 с. Сментина Н. В., Добрава Н.В., Клевцевич Н.А.
2. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посібник / за заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.

Шундровська Д.Д.
студентка 48 групи,
Добрава Н.В.
к.е.н., доцент

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Особливості конкурентоспроможності ресторанного бізнесу набули особливої значущості через появу нових ідей для розвитку ресторанного бізнесу, нових запитів з боку споживачів, розвитку сучасних інформаційних технологій, застосування та розвиток яких призведе до успіху підприємство ресторанного бізнесу.

Щоб ресторан вважався успішним, необхідно враховувати всі чинники, що впливають на конкурентні позиції його продукції: якість товару, асортиментний набір, тому товарна політика займає важливе місце у підвищенні конкурентоспроможності всієї ресторанної мережі [1, с.312].

Для повного уявлення про діяльність новоствореного ресторану «Like» та його положення на ринку ресторанних послуг необхідно провести SWOT-аналіз. Даний аналіз має на увазі аналіз внутрішнього середовища компанії, а також виявлення можливостей та небезпек для компанії з боку ринку. На основі даного аналізу можна виробити стратегії подальшої поведінки для подолання небезпек та посилення сильних сторін компанії.

У таблиці 1 відображено SWOT-аналіз новостворюваного ресторану.

Таблиця 1

SWOT-аналіз новостворюваного ресторану

Сильні сторони	Слабкі сторони
Невисокі ціни у порівнянні з	Споживачі не знайомі з

конкурентами Активна рекламна кампанія до створення ресторану Молодий кваліфікований персонал Висока якість та великий спектр послуг та асортименту продукції Цікава подача послуг Дитяча кімната Цікаві тематичні, музикальні програми Зручне місцезнаходження ресторану (у парковій зоні)	новостворюваним закладом Відсутність досвіду ведення бізнесу в ресторанній сфері Необхідність виплачувати кредитне зобов'язання Обмеженість в у коштах
Можливості	Небезпека
Розширення спектру послуг та асортименту страв. Позитивний вплив сезонності (відкриття літньої площадки). Покращення сервісу та скорочення часу на обслуговування гостей. Інтеграція з постачальниками. Збільшення потоку відвідувачів за рахунок активної реклами.	Погіршення економічної ситуації в державі. Негативні зміни у законодавстві. Посилення конкуренції на ринку (поява нових закладів аналогічної спрямованості). Збої в постачаннях сировини. Зростання цін на закупівельні продукти.

Джерело: розроблено автором

З проведеного SWOT-аналізу ресторану «Like» випливає, що необхідно планувати заходи, які будуть «посилювати» слабкі сторони та нейтралізувати небезпеки.

1. Для зміцнювання «слабких» сторін планується: активно проводити рекламну компанію, яка буде проводитися до відкриття ресторану та після.
2. Співробітники ресторану будуть постійно проходити тренінги та курси щодо ведення ресторанного бізнесу.
3. Знаходити рішення щодо зниження витрат на перших етапах.

Отже, проведений SWOT-аналіз новоствореного ресторану «Like» свідчить, що необхідно планувати заходи, які будуть «посилювати» слабкі сторони та нейтралізувати небезпеки. Моніторинг і реагування на загрози повинні бути одними з найважливіших завдань бізнесу, незалежно від ступеня контролю над ними.

Список використаних джерел

1. Мазаракі А.А., Шаповал С. Л., Мельниченко С.В. HoReCa: навч. посіб.: за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 312 с.

2. Ресторанний ринок України за 2020 рік. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannyj-rynok-ukrainy-za-2020-god/> (дата звернення 6.02.2022)
3. Антошкова Н.А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення*: зб. Матеріалів міжнар. наук.-практ.конф. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2020. 372 с.
4. Основи бізнесу: навч.посіб. за ред. Н. В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 424 с.
5. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. К: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.
6. Основи бізнесу: навч.посіб. за ред. Н. В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 424 с.
7. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Ефективна економіка. 2014. № 5. С. 24-28.

Секція

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ ДЕМОГРАФІЇ, СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЕКОНОМІКИ ПРАЦІ

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ НА ПРИКЛАДІ ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩЕННЯ БІЖЕНЦІВ

Проблема українських біженців набуває особливої актуальності на сучасному етапі розвитку української державності. Це, передусім, пов'язано з вторгненням Російської Федерації на територію нашої держави, що змушує велику кількість українців переселятися до інших регіонів України або шукати кращої долі за кордоном у статусі біженців, тимчасових переселенців або емігрантів. Тому пошук шляхів удосконалення соціальної роботи з цією категорією населення зумовлює зацікавленість у цій темі.

Визначаючи внутрішньо переміщених осіб як особливий об'єкт соціальної роботи організацій, які здійснюють її у державних закладах, соціальних службах, громадських, благодійних фондах і т ін., ми виходимо з того, що внаслідок зміни соціального та культурного середовища життєдіяльності, ця нова соціальна категорія потребувала досконалого вивчення їх потреб, законодавчого закріплення їх статусу та нормативно-правової бази соціальної роботи з ними.

Науковці, розглядаючи міграцію, зосередившись на її причинах, наслідках, вимірах у цифрах, прийшли до висновку про необхідність чітко визначеного поняття. Термін «міграція» походить від латинського слова *migratio*, що означає переміщення, переселення. У соціологічному словникові визначено міграцію як «географічний рух індивідів або груп індивідів, ширшому географічному просторі» [3, с.106]; в демографічному – як переміщення людей (мігрантів) через кордони тих, чи інших адміністративно-територіальних одиниць зі зміною місця проживання [1, с. 10]; в юридичній енциклопедії акцентується увага на внутрішньому переселенні і на зовнішньому [2, с. 46].

Теоретичний аспект визначення категорії «внутрішньо переміщені особи» вивчався різними науковцями. Так, у соціології М. Ніколайчук тлумачить поняття внутрішньо переміщені особи як специфічну цільову групу реалізації міграційної політики, з різними ознаками, які викликані певними потребами, особистісними характеристиками та впливами зовнішнього середовища [3, с. 90].

Результати вивчення стану організації соціальної роботи з ВПО та сім'ями (ця категорія сімей підпадає під статус сімей, які опинилися у складних життєвих обставинах) в Україні засвідчили, що весь комплекс соціальної роботи з внутрішньо переміщеними особами, спрямований на їх успішну інтеграцію та адаптацію до нових умов життєдіяльності таких осіб.

Аналіз результатів дослідження «Оцінка потреб біженців в Україні та послуг для них», МГО «Соціальні ініціативи з охорони праці та здоров'я» [3, с. 123] надав можливість виділити основні потреби такої категорії людей:

- 1) фінансові (потреби у працевлаштуванні) визначили 69,5% осіб;
- 2) гуманітарні (їжа та одяг) – 65,7%;
- 3) житлові – 62,8%;
- 4) медичні – 49,8%;
- 5) соціальні – 13,5%;
- 6) психологічні – 61%.

Як бачимо, внутрішньо переміщені особи в Україні у відповідях дослідження на перше місце у списку основних потреб поставили ті, які відповідають видам соціальної допомоги і задовольняються на низькому рівні, а саме: працевлаштування, надання гуманітарної допомоги в придбанні продуктів харчування, одягу) [4].

Важливого значення у соціальній роботі з біженцями набувають пункти тимчасового розміщення біженців. Пункт тимчасового розміщення біженців – місце тимчасового розміщення осіб, які подали заяву про визнання біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, стосовно яких прийнято рішення про оформлення документів для вирішення питання щодо визнання біженцем чи особою, яка потребує додаткового захисту, та яких визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту [4].

Слід виділити низку форм соціальної роботи з біженцями у пунктах тимчасового розміщення, до яких належать індивідуальні – що зумовлені особливостями індивідуальної адаптації та сприйняття серед місцевого населення (соціальні та соціально-психологічні економічні, консультації, соціальна допомога, соціальне навчання, соціально-побутові, психологічні, гуманітарно-культурні, тощо. Також сюди належать бесіди, допомога в оформленні документів, пошук місця роботи, місця проживання, соціальної адаптації). І також групові форми роботи (сімейні консультації, тренінги соціально-психологічні, соціального навчання, соціально терапевтичні заняття тощо).

Список використаних джерел

1. Вехда А. А. Правовий статус біженців в Україні: проблеми теорії і практики. *Юридичний журнал*. Дніпро, 2006. №11. С.9-12.
2. Жванія Т. В. Сучасна вимушена міграція: соціально-політичні аспекти. *Сучасне суспільство*. Вінниця, 2015. Вип. 2 (2). С. 46–56.
3. Ковалишин І. Г. Правовий статус біженців в Україні: проблеми теорії і практики: дис. канд. юрид. наук / НАН України; Інститут держави і права ім. В.М.Корецького. Київ, 2005. 198 с.
4. Ми тепер біженці. Як знайти роботу та житло: список організацій, що допомагають українцям. URL: <https://zaborona.com/my-teper-bizhenczi-yak-znajty-robotu-ta-zhytlo-spysok-organizacij-shho-dopomagayut-ukrayinczyam/> (дата звернення: 15.04.2022).

5. Питання соціального забезпечення : Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2017 р. № 1060. Офіційний вісник України. 2018. № 5. С. 430–443.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПРАЦІ

Одним з найважливіших та складних компонентів економічної системи країни є ринок праці - система, у якій відбувається формування попиту і пропозиції на робочу силу через формування ціни на працю. В сучасній Україні ринок праці регресивно трансформується під впливом низки проблем, які несуть негативні економічні та соціальні наслідки. Особливо ситуація загострилася у період пандемії.

Трудова міграція може розглядатися у розрізі внутрішніх переміщень та зовнішніх. На протязі останнього десятиліття набуває небувалих масштабів саме зовнішня трудова міграція – це «переміщення громадян України, пов'язане з перетинанням державного кордону, з метою здійснення оплачуваної діяльності в державі перебування» [1]. Сім'ї мігрантів використовують кошти не лише на заощадження та споживання, а також на придбання і оновлення нерухомості та інвестування. З іншого боку, якщо все більше українців працюватимуть і платитимуть податки за кордоном, з часом стане складно фінансувати національні видатки - пенсії та інфраструктуру. Для країни, яка має велику кількість населення похилого віку, тривала і часта міграція людей працездатного віку створить проблеми в довгостроковій перспективі.

Незадовільний стан людського капіталу обумовлює низьку продуктивність праці. А українського роботодавця переважно цікавить результат діяльності підприємства з максимальним доходом. При цьому затрати повинні бути найменшими, витрати робочого часу – мінімальними і чисельність працівників – оптимальною [2, 14;2,18].

В умовах нинішнього розвитку економіки України відбувається також загострення проблеми збалансованості попиту і пропозиції: попит на робочу силу скорочується, а навантаження на одне робоче місце зростає. Це веде за собою стрімкий розвиток безробіття. Так наприклад, в Україні кількість безробітного населення з 1577,6 тис. людей у 2018 р. зросла до 1709,5 тис. у 2021 р. [3]. До причин погіршення ситуації можна віднести: низький рівень заробітної плати, незадоволеність умовами праці, високі вимоги роботодавця до працівників, слабкий економічний та політичний розвиток країни. Важливо пам'ятати, що у стані безробіття протягом тривалого часу у людей знижуються шанси на працевлаштування та погіршується якість трудового потенціалу країни, що призводить до посилення соціальної напруженості в суспільстві. Показники рівня безробіття населення України наведено у табл.1

Таблиця 1

Рівень безробіття в Україні за період 2018-2021 рр.

Рік	Безробітне населення, тис. осіб	Рівень безробіття, %
2018	1577,6	9,1
2019	1486,9	8,6
2020	1673,3	9,9
2021	1709,5	10,3

Джерело: складено на основі [3].

Будь-яка підприємницька діяльність, у якій відбувається ухилення від податкових та соціальних зобов'язань, є порушенням законодавства, вона може і має вважатися тіньовою економічною діяльністю. В Україні, за розрахунками Мінекономіки, рівень тіньової економіки залишається незмінним. Так, у 2021 р., як і за аналогічний період 2020 р., він становив 31% від обсягу офіційного валового внутрішнього продукту [4].

Вивчення ринку праці та кризових проблем, які впливають на його деформації, потребують постійного моніторингу, розробки ефективних заходів задля їх усунення та перенаправлення на позитивний шлях. Необхідно забезпечити раціональне використання трудового потенціалу, підтримуючи при цьому належний рівень життя населення, удосконалити форми та системи оплати праці, створити комплекс державної та регіональної політики, що повинен включати реалізацію заходів із створення додаткових робочих місць, підвищення рівня зайнятості, створення більш привабливого ділового середовища та особливої політики для заохочення мігрантів і українців, які мешкають за кордоном, повернутися, розробити та реалізувати програми з репатріації українських капіталів із перетворенням їх на реальні інвестиційні ресурси.

Список використаних джерел

1. Про зовнішню трудову міграцію : Закон України від 15 листоп. 2015 р. No 761-VIII. *Відомості Верховної Ради*, 2015, № 49-50, ст.463 (дата звернення: 18.04.2022).
2. Джаман М.О. Сучасні проблеми ринку праці і зайнятості в контексті політики швидкого економічного зростання: Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Київ: 2018, С.14-19. URL: <https://ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2021/10/2-2020.pdf> (дата звернення: 18.04.2022).
3. Офіційний сайт Фінансового порталу Мінфін. Рівень безробіття в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/> (дата звернення: 18.04.2022).

4. Як змінювався рівень тіньової економіки в Україні. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/12/07/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsya-riven-tinovoyi-ekonomiky-ukrayini> (дата звернення: 18.04.2022).

Богдановська Є.А. 54
студентка ФМЕ 54 групи,
Збрицька Т.П.
к.е.н., доцент

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНИХ МОДЕЛЕЙ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Як відомо, оплата праці є одним з найхарактерніших аспектів соціально-економічного життя будь-якої держави. У наш час в Україні більшість систем оплати праці, що використовуються на підприємствах, морально застаріли. Вони не враховують специфіки підприємства, заробітна плата досить часто не відповідає займаній посаді, тому питання застосування сучасних систем оплати праці є актуальними.

Пошук нових систем оплати праці обумовлений тим, що традиційні механізми не в змозі достатньо сприяти збільшенню дієвості господарської діяльності. На сьогодні закордонні системи оплати праці орієнтовані більше на мотивацію працівника, вони спрямовані на те, щоб працівник хотів працювати більш ефективніше. Системи оплати праці, які використовують в Україні, відзначаються слабкою гнучкістю й недостатньою мотивацією, тому як розмір заробітної плати не пов'язують із якістю та продуктивністю праці [5].

Задля всебічного охоплення теми, проаналізуємо рівень середньої заробітної плати у динаміці протягом 2017 – 2021 р., як подано у табл.1.

Як бачимо, рівень середньої заробітної платні в Україні протягом 2017 -2021 років збільшується, однак, залишається значно нижчим у порівнянні з іншими країнами світу. В Україні постійні затримки заробітної плати та її диференціація значно підвищили значущість інших джерел доходів для громадян країни[3,с.50].

Таблиця 1

Середня заробітна плата в Україні у 2017 – 2021 р. , дол.США

Дата	Середня заробітна плата	Зміна щодо попереднього року		Курс НБУ
01.01.2017	221,5	48,1	27.7%	27,12
01. 01.2018	275,3	53,8	24.3%	28,01
01. 01.2019	332,3	57	20.7%	27,76
01. 01.2020	430,5	98,2	29.5%	24,92
01.01.2021	437,6	7,1	1.7%	28,19

Джерело: [4]

На першому місці стоять доходи від особистого підсобного господарства,

на другому — допомоги, субсидії, дотації і компенсації. Окрім цього, концептуальною проблемою України є також обмеження сфери державного втручання у систему регулювання механізму оплати праці. Методи і способи мотивації в зарубіжних компаніях різноманітніші, ніж в українських. Окрім цього, концептуальною проблемою України є також обмеження сфери державного втручання у систему регулювання механізму оплати праці.

Вважається, що оптимальними шляхами вирішення проблем оплати праці є такі: глибоке вивчення зарубіжного досвіду і моделей оплати праці; удосконалення тарифної системи та нормування праці; активна участь держави у регулюванні оплати праці; підвищення податкового тиску на високооплачувані прошарки населення; застосування диференційованої шкали оподаткування для населення з низькими рівнями заробітних плат; стимулювання праці на якісних показниках діяльності.

Важливим заходом влади щодо наближення стандартів оплати праці в Україні до європейських є підвищення державних соціальних гарантій оплати праці для працюючих громадян України, для чого слід законодавчо закріпити мінімальну заробітну плату на рівні 40 – 50% від середньої заробітної плати, але не нижчому від прожиткового мінімуму для працездатних осіб.

Таким чином, удосконалювання систем оплати праці, пошук нових рішень, глибоке вивчення західного досвіду може допомогти вирішити в Україні цілу низку проблем, пов'язаних із заробітною платою, можуть якісно поліпшити її стан та створити підґрунтя для підвищення зацікавленості працівників до високопродуктивної праці вже в найближчому майбутньому.

Необхідно вдосконалити складові існуючих систем матеріального стимулювання персоналу, використовуючи комплексний підхід, що дасть змогу визначити найбільш прийнятні для України системи оплати і преміювання праці персоналу, перероблені з урахуванням особливостей економічних процесів, що протікають в Україні і продовжувати вивчати зарубіжний досвід з метою його творчого застосування в умовах вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Шмиголь Н. М., Монастирська Д. С., Антонюк А. А. Сучасні тенденції в організації оплати праці в зарубіжних країнах у розрізі систем оплати праці. *Економіка та підприємництво*. 2016 р., № 2 (89). С 72-74.
2. Економіка, маркетинг та право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 23 квітня 2018 р.): у 3 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2018. Ч. 1. 61 с.
3. Перспективні напрямки розвитку економіки, обліку, управління та права: теорія і практика: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 20 жовтня 2018 р.): у 5 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2018. Ч. 2. 63 с.
4. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Штик Ю. В. Організація оплати праці на підприємстві в сучасних умовах економічного розвитку України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014/1. № 1. С. 256-259.

Боярчук Д. С.
студентка ФЕУП 24 групи,
Петровська О. М.
к.п.н., доцент

СТРЕСОСТІЙКІСТЬ СУЧАСНОГО УПРАВЛІНЦЯ

Термін «стрес» сьогодні уживається усюди: в біологічних науках, у медицині, у тому числі в побутових розмовах кожного з нас. Стресом намагаються пояснити все. Стрес увійшов у наше життя так само як і в довідники, підручники, енциклопедії та словники. І не завжди, вживаючи це слово, ми задумуємося над тим, яке воно має походження, що означає і який внесок робить у життя людини.

Відомо, що Г. Сельє, який вперше висунув концепцію стресу, звернув увагу на те, що організм як складна, високоорганізована система у відповідь на різні інтенсивні впливи реагує адаптивно-захисними реакціями, всю сукупність яких він назвав адаптаційним синдромом.

Є притча про жабу, що сидить у горщику на плиті. Якщо кинути в каструлю з окропом, жаба, швидше за все, помітить і спробує втекти.

Але коли її поміщають у каструлю, яка повільно наближається до кипіння, жаба не помічає цього, поки вода не досягає нестерпного тепла – у цей момент стає занадто жарко, щоб жаба могла вижити.

Ви коли-небудь відчували повільне відчуття тиску навколо себе, доки ситуація навколо не ставала занадто некомфортною, і Вам доводилося насилу поратися з проблемами, щоб не дати цьому тиску ще більше тиснути?

Якщо так, то Ви не самотні. Повідомляється, що дві третини (67%) опитаних українців пережили якусь стресову ситуацію протягом 2020 року. Це значно більше, ніж у період 2017-2019 рр., коли переживали стрес 50-53% респондентів", а за даними ВООЗ, до 40% населення Землі потребує допомоги медичних фахівців на сьогоднішній день [1].

Стрес - це невід'ємна частина існування, і вона може мотивувати Вас досягати результатів. Людина протягом життя потрапляє в різні стресові ситуації і, як би це не було прикро, це нормально. Серйозна хвороба близької людини, втрата роботи, болісна життєва подія – це є життя. Ви можете почуватися пригніченим або тривожним якийсь час і це теж нормально.

Стрес буває гострий – наприклад, на людину мало не впало дерево. Буває середньотривалий - наприклад, сесія в університеті. А буває хронічний. Це війна, життя в небезпечних умовах чи робота із великою відповідальністю і низькою підтримкою.

Також є таке поняття як еустрес - спроба пристосуватися до складних, але позитивних змін в житті: нової цікавої роботи чи сумісного життя. Ми

встигаємо призвичаїтись до змін, хоча спершу нам тривожно та є страх щодо майбутнього.

Буває дистрес - реакція на неприємні, сумні і загрозливі зміни в житті. Наприклад, насильство в сім'ї, розрив стосунків чи війна.

Найбільшої шкоди нашому життю завдає хронічний дистрес - він виснажує, та епізодичний гострий стрес - він щоразу стається зненацька [2].

Незважаючи на те, що з цим стикається кожен, причини стресу можуть відрізнятися від людини до людини.

Наприклад, одна людина може потрапити в серйозну пробку по дорозі на роботу і розсердитися, тоді як інша може включити музику і вважати це легкою незручністю. Сварка з людиною у маршрутці може переслідувати одну людину до кінця дня, тоді як інша дуже скоро забуде про неприємний інцидент.

Але що відбуватиметься, якщо людина буде постійно накопичувати в собі негатив? У такому випадку можна прийти до такого явища, як вигоряння.

У той час як стрес – це наша реакція, вигоряння – це накопичення надмірних факторів стресу з часом, що призводить до некерованого рівня стресу.

А що робити, якщо компанія в якій Ви працюєте, не допомагає своїм працівникам у подоланні та запобіганні стресу? В якій у вас немає здорового робочого місця, і це навряд чи зміниться найближчим часом? На щастя, у людей є способи впоратися зі своїм стресом:

По – перше, встановлюйте реалістичні терміни виконання завдань і чітко плануйте свій робочий час, робіть обідню перерву, після закінчення робочого дня йдіть додому, не залишайтеся в офісі задля того, щоб закінчити недороблені справи. Також важливим є правило: залишайте роботу на роботі. Розмежуйте особисте життя і офіс, не несіть негатив додому. А якщо ви почали втомлюватись, візьміть відпустку [3].

Підсумовуючи викладене, можна зазначити, що сьогодні поняття «стрес» набуло особливої актуальності, а вміння справлятися з ним перетворюється на нагальну потребу для кожної людини. Відомо, що стрес містить у собі велику руйнівну силу: він може знищити і успіх, і любов, і навіть, саме життя. Але ж потрібно не забувати, що людина — володар своєї долі. Вона, як найрозумніша істота на планеті, може не тільки впоратися із будь-яким стресом, а і виграти битву з ним. Важливо лише знати як це правильно робити і ніколи не ігнорувати сигнали свого тіла.

Список використаних джерел

1. _____ Психологія управління персоналом URL: https://stud.com.ua/161254/menedzhment/adaptatsiya_personalu
2. Шрайнер К. Как снять стресс. 30 способов улучшить свое самочувствие за 3 минуты. М. : Педагогика, 1993. 163 с.
3. 19 Ideas on How to Push Yourself to the Next Level. URL: <https://www.inc.com/christina-desmarais/19-ideas-on-how-to-push-yourself-to-next-level.html>

4. Ways to Manage Stress URL:
<https://www.webmd.com/balance/stress-management/stress-management>
5. Назарова Г.В. Економіка праці: навч.посіб. Харків: ХНЕУ, 2019.
330с.

РОЗВИТОК НЕСТАНДАРТНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Зміни, які постійно відбуваються в суспільстві та є наслідками в становленні і певному розвитку постіндустріального суспільства, глобалізації світової економіки та активного розповсюдження інформативних технологій і знань в певні сфери життя усього населення, призводять до закономірних змін в соціально-трудових відносинах.

Розповсюдження нових, або нестандартних форм зайнятості, можна вважати характерним явищем, яке спостерігається в багатьох країнах світу. Дана, так би мовити, тенденція виокремлює в собі ряд соціальних, політичних та технологічних коренів. До її переваг можна віднести регулювання робочого часу, з урахуванням певної економічної ситуації; гнучкий робочий день та графік взагалі; підвищення ефективності праці; залучення молоді до праці та її адаптації; зростання кількості зайнятих; зменшення частки економічно активного населення, що знаходиться в «тіні».

Однак, на цьому фоні виникає і негативна сторона даного процесу. Негативними наслідками нестандартної зайнятості виступають руйнування колективної праці та взаємозв'язок між співробітниками; відбуваються зміни в корпоративній культурі компаній та організацій; змінюється відношення робітників до кар'єрного зростання, відсутня конкуренція в колективі; виникають проблеми з обліком виконаної роботи та витрат на неї [2].

Що стосується вітчизняного ринку праці, то тут можна сказати, що досвід зарубіжних країн починає перейматися в різних його аспектах. Набуває свого розвитку зайнятість у дистанційній формі, особливо зараз, в умовах розповсюдження коронавірусної інфекції. Раніше так могли працювати особи з низькою кваліфікацією, а зараз дана форма зайнятості застосовується майже в усіх професіях [4].

Деяких, хто працює дистанційно, що можуть називати фрілансерами, але специфіка роботи трішки відрізняється. Фрілансер – це особа, яка поєднує в собі одразу агента, менеджера та виконавця певного виду праці. Їх праця будується на праці одразу на декількох замовників та на можливості самореалізації.

Також, у вітчизняній та зарубіжній практиці використовуються деякі види так званої запозиченої праці, а саме лізинг та аутсорсинг персоналу.

Сутність лізингу зумовлюється в можливості скорочення різних витрат на бухгалтерський облік та кадрове дослідництво, набору потрібної кількості персоналу якихось якісних характеристик в дуже швидкий проміжок часу, а також залучення персоналу до сезонного виробництва [5]. Аутсорсинг персоналу полягає в передачі певною організацією однієї або декількох своїх

непрофільних функцій іншій організації за умовами певних правових угод.

Неповна зайнятість стає більш актуальною з кожним днем через те, що вона не так значно впливає на кар'єру під час довгого періоду відпустки щодо догляду за дитиною. Таким чином, державна політика щодо врегулювання використання неповної зайнятості може створити умови для поєднання зайнятості та батьківства в Україні. Саме успішне втілення в життя політики збалансованого поєднання 127 роботи та сімейних обов'язків дозволило країнам ОЕСР зберегти позитивну кореляцію між порівняно високим рівнем народжуваності та жіночою зайнятістю. Розробка і впровадження політики, що полегшує становище працюючих батьків, найголовніша умова для реалізації репродуктивних установок батьків без шкоди для їх професійного росту, без загроз для підвищення рівня освіти і ефективної зайнятості [7, с. 24].

Нові, або нестандартні форми зайнятості дозволяють усьому населенню отримувати певний дохід, незалежно від рівня кваліфікації особи. До першочергових завдань, що підлягають вирішенню у цій площині, слід віднести наступні: унормування статусу та прав дистанційно зайнятих працівників; урахування специфіки організації праці дистанційно зайнятих працівників та захисту їхніх інтересів у практиці колективно-договірного регулювання соціально-трудових відносин (соціального діалогу); установлення відповідальності роботодавців за умови та безпеку праці дистанційно зайнятих працівників; уведення моніторингу та контролю діяльності; коригування державної політики зайнятості з урахуванням специфіки електронного сегмента ринку праці; активізація досліджень, що мають науково опрацювати інституціональні засади розвитку дистанційної зайнятості у контексті захисту прав та інтересів суб'єктів соціально-трудових відносин на даному сегменті ринку праці.

Список використаних джерел

1. Ринок праці та зайнятість населення: проблеми теорії та виклики практики: кол. моногр. ред.-координатор М. В. Туленков. К. : ІПК ДСЗУ, 2010. 363 с.
2. Новак И. Нестандартная занятость в Украине: социальные риски и контрстратегии профсоюзов. URL: <http://www.fes.kiev.ua>
3. Лагутіна І.В. Нестандартні форми зайнятості та особисті немайнові трудові права працівників. Право і суспільство. 2014. № 5.2. С. 156–161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2014_5.2_36
4. Давидюк Л.П. Нестандартні форми зайнятості в системі трансформації міжнародного ринку праці. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 20. С. 30–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2015_20_6
5. Ястремська О.М. Мотивація креативності новаторів : монографія. Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. 212 с.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА РІВЕНЬ БЕЗРОБІТТЯ

Постановка проблеми у загальному вигляді. Раптовий спалах коронавірусної інфекції COVID-19 задав серйозного впливу на світову економіку. Багато розвинених країн та тих, що розвиваються зазнали значного скорочення інвестиційних потоків, експорту, доходу від туризму та насамперед величезних втрат серед робочих місць. З плином часу, ми спостерігаємо, що попри те, що зайнятість поступово починає зростати та навантаження на бюджети домашніх господарств за останні пів року зменшилось, рівень зайнятості так і залишається нижчим за рівень, який існував до пандемії. Це свідчить про безперервний зріст безробіття.

Пандемія COVID-19 триває вже майже два роки, та за цей час вона спричинила глобальні економічні кризи, розлади у галузі охорони здоров'я, а також значною мірою вплинула майже на усі галузі економіки, зокрема туризм, який виступає основним джерелом прибутку в індустрії послуг в усьому світі.

Загалом рівень безробіття в Україні після досить стабільного спаду в період з 2016 по 2019, у 2020 різко збільшився на 12,5%, і склав 1674,2 тис. осіб (рис.1).

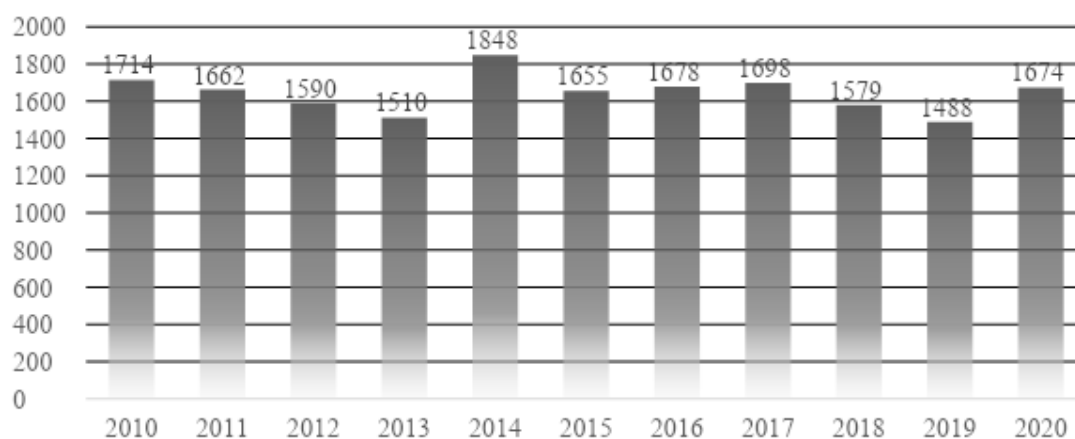


Рис. 1. Безробітне населення у віці 15-70 років.

Джерело: складено автором на основі[1].

Сплеск безробіття та зниження рівня зайнятості працездатного населення в усіх сферах економіки був спричинений запровадженням карантинних обмежень, а саме, тотального «локдауну», який вимусив людей сидіти вдома та працювати в режимі «online». Для багатьох робота вдома унеможлиблювалася тим, що не всі мали достатнього рівня навичок належне обладнання. Таким чном, для деяких вчителів було важко пристосуватися до умов дистанційного

навчання, так як приблизно 60% шкільних та університетських вчителів, складають люди у віці 50-65 років, які відчують певні труднощі у роботі з технікою.

Попри те, що можливість працювати дистанційно мала за мету стабілізувати коливання, спричинені пандемією, ситуація з «локдауном» змусила багато малих підприємств зачинитися. Це стосувалося, насамперед, тих підприємств, попит на товари котрих в інтернеті був незначним, або ж через усю ситуацію з пандемією, товари просто стали непотрібними. Як приклад можна навести квіткові крамниці, магазини дитячих іграшок, тощо.

Стосовно сектора послуг, через пандемію, багато кафе та ресторанів мали тимчасово припинити свою діяльність, лише 30% мали змогу та умови працювати за карантинних умов, на доставку або на винос. Ця ситуація спричинила сплеск безробіття серед співробітників ресторанної сфери, так як потреба в офіціантах та великій кількості поварів стала дуже низькою. Деякі кафе мали зачинитися назавжди, або скасувати заплановане відкриття [3, с.44].

Поряд з готельно-ресторанним бізнесом та туризмом, посівши почесне друге місце серед постраждалих галузей, опинилися кінотеатри. На момент закриття кінотеатрів по всій Україні у березні 2020 року, під загрозою скорочення знаходилися понад 2,5 тис. осіб. У популярній мережі «Multiplex» третина співробітників пішли в неоплачувану відпустку, в той час коли ще третина – звільнилися. Щоденні фінансові втрати компанії становили близько 1 млн грн, а фінансові збитки сектору сягали 80 млн грн на місяць. Дохід, недоотриманий через закриття кінотеатрів, сягав понад 100 мільйонів гривень [3, с.47].

Проаналізувавши вплив пандемії COVID-19 на рівень безробіття в усьому світі та Україні, можемо зробити висновок, що світова економіка зазнала шалених змін в усіх сферах. Сплеск коронавірусної інфекції SARS-CoV-2 вимусив всіх підлаштуватися до нових умов життя. Вихід із пандемії дуже складно спрогнозувати, так як кожного дня щось змінюється, з'являються нові штами вірусу, але можна запровадити певні заходи щодо пом'якшення наслідків епідемії. Так, експерти Всеукраїнської федерації роботодавців в сфері туризму України пропонують знизити відсоток виплат ЄСВ до 0% для ФОП, які працюють у сфері туризму та гостинності, а також збільшити видатки з державного бюджету на розвиток туризму, тощо.

Список використаних джерел

1. Безробітне населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2010-2020pp. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/rp/ean/ean_u/arh_brnpr_rik_u.htm
2. Statista. Загальний внесок туризму до ВВП у всьому світі з 2006 по 2020 pp. URL: <http://travel and tourism : contribution to global GDP 2020 | Statista>
3. Кабінетне дослідження. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. 2020. С. 44-47.

Капсамун А.А.,
студент групи,
Йолкіна О.В.
к.е.н., ст. викладач

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Вирішальним фактором для економічного зростання України та інших країн є продуктивність праці як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремих регіонів, і підприємств. На макроекономічному рівні продуктивність праці є фактором зростання соціальних стандартів, підвищення рівня та якості життя населення країни. Необхідність сучасних умов економічного управління – це системами фундаментальних змін в управлінні продуктивністю праці на всіх рівнях. В результаті, робота персоналу розглядається тільки як один із факторів ринкового успіху без акценту в процесі його використання.

Як правило, продуктивність праці вимірюється в грошовому еквіваленті на людину-годину і обчислюється шляхом ділення загального ВВП країни на загальний робочий час всіх працевлаштованих за рік.

Цей найважливіший показник в Україні у 2020 році знаходиться на дуже низькому рівні: 5 дол. на людину-годину, в порівнянні з іншими країнами, наприклад, п'ятірка світових лідерів – від 68 дол. до 103 дол., і навіть у порівнянні з сусідніми Словаччиною – 44 дол., Угорщиною – 38 дол., Болгарією – 26 дол. Навіть в нашій ІТ-галузі продуктивність становила 22 дол. на людину-годину (в 2018 р.), що нижче просто середньої продуктивності перерахованих вище країн [1].

Продуктивність праці складається з п'яти основних чинників: природні ресурси, люди (робітники), фінансовий капітал, людський капітал (освіта), технології. Щодо України, то:

1. Насправді Україна має достатньо *природних ресурсів*, щоб забезпечити себе всім, що необхідно та бути конкурентоспроможною у деяких категоріях у світі. І це, не дивлячись на десятиліття абсолютної несправедливості у цій галузі. Але, ми не зможемо збільшити свою продуктивність лише за рахунок наявних природних ресурсів, оскільки ми не маємо можливості впливати на їх розмір. Ми лише можемо використовувати їх ефективніше та обробляти все краще і краще, але це питання організації та технології.

2. Що стосується *людей*, ми втрачаємо їх через низький рівень народжуваності та еміграції. Причина однакова і там, і там: бідність та відсутність перспектив. З іншого боку, трудова еміграція є цілком природним процесом у всіх країнах, що розвиваються. Але навіть, якби Україна могла дивом утримати робітників, це не призвело б до автоматичного підвищення продуктивності їх праці. Більш того, у найближчі десятиліття попит на низькокваліфіковану робочу силу зменшиться, оскільки її замінить більш ефективна автоматизація та роботи (тобто технології).

3. Питання про *гроші* в Україні завжди стояло гостро, тому що наша

кредитоспроможність явно заважає нам відкритися до світу, де сьогодні є великий надлишок капіталу. Це означає, що ми не можемо збільшити продуктивність праці за рахунок дешевого фінансування, якого ми не маємо і не матимемо найближчим часом.

4. *Освіта* – це перший і головний фактор для вдосконалення, який збільшить продуктивність праці в Україні. Як сказав Рей Даліо: «Продуктивність праці зростає дуже повільно, 1-3% на рік, але це не мінливо, оскільки знання не мінливі. Продуктивність, прибутковість, вартість товару або ціна акцій нестабільні, постійно зростають і падають, але накопичені знання – ні. Знання та досвід лише примножуються». Тому сьогодні Україна повинна прикласти всі зусилля для повного перезапуску та пріоритетного розвитку освіти, бо без цього у країни просто немає майбутнього. Тут також потрібно намагатися об'єднати приватний сектор, громадянське суспільство та всі органи влади.

5. Знову слова Рея Даліо: «... Підвищення продуктивності праці відбувається, коли люди вчаться і думають, як робити все краще і краще». Але мова йде не тільки про наукові винаходи, а й про будь-яке поліпшення – від процесу організації праці і способу збору врожаю до цифровізації. Все це і об'єднує одне широке поняття – *технології* [2].

Насправді Україні не залишається нічого іншого, як розвиватися технологічно. У нас немає і не буде величезних природних ресурсів або мільярда людей, і ми не будемо друкувати світову конвертовану валюту. Розвиток освіти та технологій – єдиний доступний нам інструмент, який може в найближчому майбутньому підвищити ефективність роботи в Україні. Тому ми маємо підвищувати рівень освіти, розвивати технології та експортувати, перш за все, готову продукцію. Отже, єдиний спосіб досягти нашої головної мети – підняти продуктивність і зробити життя кожного українця кращим. Адже продуктивність праці дуже сильно від нас залежить.

Значення продуктивності праці визначається тим, що її зростання є неодмінною умовою розвитку виробництва, який становить економічну основу розвитку суспільства незалежно від системи господарювання, що у ньому існує. Продуктивність відіграє важливу роль у ринковій економіці, дає змогу за стабільної ринкової економіки досягти оптимальної кількості виробленої продукції і реалізувати її [3].

Список використаних джерел:

1. Центр продуктивності Міністерства праці та соціальної політики України. URL: http://cl.com.ua/templates/clg/img/seminar_2010/part0.pdf.
2. Грішнова О. А. Трудовий потенціал України: оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку [Монографія]. Черкаси: ТОВ "МАКЛАУТ", 2011.
3. Новини України URL: <https://nv.ua/biz/experts/proizvoditelnost-truda-i-bednost-ukrainy-kak-stat-bogatoy-stranoy-novosti-ukrainy-50105103.html>.

Козарева А. М.,
студентка ФМОІТ 34,
Йолкіна О.В.
к.е.н., ст. викладач

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Будь-яка діяльність вимагає мотивації, тобто будь-якого внутрішнього спонукання, будь це самостійне рішення зробити щось за власним бажанням, або виконання роботи відповідно до розпоряджень начальника. У будь-якому випадку, якщо людина достатньо мотивована до вирішення проблеми або виконання завдання, то ймовірність того, що це буде швидше і краще виконано сильно зростає.

Мотивація персоналу вимагає підвищеної уваги з боку керівництва, так як від дій кожного співробітника в більшій чи меншій мірі залежить ефективність роботи організації в цілому. Основна мета процесу мотивації - отримання максимального віддачі від використання наявних трудових ресурсів. Завдяки цьому підвищується загальна результативність і прибутковість діяльності будь-якої сучасної організації. Формування і покращення мотиваційної системи на підприємстві також дозволить в значній мірі знизити рівень конфліктності в колективі, підвищити рівень самоорганізації та самоврядування.

Міжнародна практика високорозвинених країн свідчать про необхідність розгляду персоналу організації як найбільш цінного ресурсу в порівнянні з матеріальними і нематеріальними ресурсами, що, відповідно, призводить до висновку про необхідності задоволення потреб працівників, і тільки на цій основі мати наміри задовольнити потреби організації.

Багато керівників вважають, що найкращою мотивацією для працівника є матеріальне стимулювання. Але матеріальне стимулювання праці в вигляді підвищення заробітної плати в якийсь момент стає неефективним, перестаючи давати віддачу. Кожному керівнику крім матеріальної мотивації треба використовувати на підприємстві в управлінні персоналом прийоми нематеріальної мотивації. Їх існує досить багато, і часто вони набагато ефективніше, ніж матеріальна винагорода. Під нематеріальною мотивацією мається на увазі певний стиль управління з заохоченнями в нематеріальній формі [1, с. 42].

Позитивно на працівниках позначаються нематеріальні стимули: заохочення у вигляді усного похвали співробітника при колегах, в проведенні конкурсів «Кращий працівник місяця, кварталу, року..», вивішуванні фотографії на Дошці пошани, нагородження грамотами.

Іноді дуже важко визначити правильний інструмент мотивації. Так, похвала підтверджує цінність виконаної роботи і цінність самого співробітника. Інакше у співробітника може скластися думка про марність його роботи.

Кар'єрний ріст - це мотиваційний інструмент, за допомогою якого

працівник зростає по посадових сходах. Стимулом в даній ситуації може бути окремий кабінет, висока заробітна плата, команда працівників, які перебувають у підпорядкуванні, авторитет тощо.

До інструментів мотивації відносять навчання співробітників. Правильно використовуючи такий підхід до мотивації співробітників можна домогтися підвищення продуктивності працівників, згуртувати колектив, підвищити грамотність і професіоналізм співробітників та багато інших інструментів [2].

Але слід додати, що сучасних методів підвищення мотивації персоналу безліч і перераховувати їх можна ще довго, але незважаючи на це, не існує ідеальної системи, що працює однаково ефективно в кожній компанії.

Більш того, потрібен індивідуальний підхід до кожного працівника на підприємстві. І якщо організація зацікавлена у своїх співробітниках, цінує їх та бажає зберегти на довгі роки, то необхідно враховувати потреби кожного співробітника персоніфіковано. До кожної людини потрібен персональний підхід для визначення того, що його мотивує в роботі і саме на це робити акценти.

І тільки тоді можна очікувати успіху і високих результатів від співробітника.

Отже, головним завданням керівництва будь-якого підприємства повинно стати створення на ньому ефективного мотиваційного середовища. Цього можна досягти насамперед через забезпечення залежності винагороди працівника від досягнутих ним результатів і кваліфікації, тим самим зацікавити людей у реалізації свого потенціалу [3].

Мотивація персоналу є найважливішим чинником підвищення ефективності функціонування організації. Управління через мотивацію має бути орієнтоване на забезпечення таких умов, які б розкрили можливості працівника більш повною мірою. Людський капітал є важливим джерелом конкурентної переваги, і саме люди є головним ресурсом компанії. І без розробленої належним чином системи мотивації персоналу, її постійного вдосконалення відповідно до сучасних умов, не можна побудувати повноцінну ефективну команду, яка визначає ефективність компанії.

Список використаних джерел

1. Климчук А.О. Аналіз наукових підходів до проблем управління персоналом підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 42–45
2. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. Ефективна економіка. 2016. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
3. Шафранська Т.Ю., Основні види мотивації працівників. URL: http://www.rusnauka.com/10_DN_2013/Economics/10_133226.doc.htm

Лі Д.,
студента групи,
Йолкіна О.В.
к.е.н., ст. викладач

РЕФОРМУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ

Застарілість, неактуальність та неефективність – всі ці аспекти притаманні сучасній вищій освіті в Україні. Через стару інформаційну базу навчання у багатьох ВНЗ втрачає сенс. Інформація, викладена в багатьох програмах є вичерпаною та практично незастосованою на практиці у сучасних умовах.

Наразі відбувається стрімкий розвиток світу. Через сталий зріст економіки у багатьох країнах світу росте й попит на кваліфікованих працівників, що знаються у сучасних тенденціях певної галузі. Вища освіта є невід’ємною частиною цієї ланки, бо лише ВНЗ мають змогу безперебійно постачати на ринок праці висококваліфікованих фахівців. Вища освіта має грати провідну роль задля стабільності й гарантії якості. Тобто, вищі повинні мати належний рівень інституційних можливостей, високу за рівнем знань й актуальну інформаційну базу та усі необхідні ресурси, потрібні для виконання своєї основної мети – підготовка кваліфікованих кадрів на майбутній ринок праці. Отже, поліпшення рівня освіти є вкрай необхідним задля підвищення ефективності.

19 травня 2005 року Україна приєдналася до Болонського процесу, чим самим повинна була перейняти й принципи, основані її членами. Виходячи з аналізу сьогоденної ситуації, можемо констатувати факт, що не всі принципи є дотриманими. Серед положень, що Україна таки перейняла є:

- зниження аудиторного навантаження на студентів та надання їм більше часу для самостійної підготовки;
- перехід від п’ятибальної до стобальної шкали оцінювання знань;
- запровадження кредитної системи обліку наданих студентам освітніх послуг [1, с. 63].

Також абсолютно провальним у виконанні є Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII, ухвалений Верховною Радою України 1 липня 2014 року [2]. Цей Закон встановлює основні правові, організаційні, фінансові засади функціонування системи вищої освіти, створює умови для посилення співпраці державних органів і бізнесу з закладами вищої освіти на принципах автономії закладів вищої освіти, поєднання освіти з наукою та виробництвом з метою підготовки конкурентоспроможного людського капіталу для високотехнологічного та інноваційного розвитку країни, самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави у кваліфікованих фахівцях. Значна частина положень ігнорується й не

виконується як з боку студентів, так й з боку адміністрації Університетів.

Студенти, як і викладачі втрачають мотивацію навчатися й створювати новий науковий продукт, як наслідок, Держава не отримує належних надходжень від науки та скорочує її фінансування через невідповідність. Виникає замкнуте коло, яке, насправді, дуже легко розірвати. У реформуванні є потреба не лише у вищій освіті, а й у середній. Й реформи повинні зачепити не тільки шкільну програму, скільки процес складання фінальних іспитів. Справа у тому, що для вступу у ВНЗ абітурієнту потрібно скласти Зовнішнє Незалежне Оцінювання, єдиний іспит, що проводиться одночасно по всій країні. Концепція є доброю, бо завдяки неї мінімізується корупція на місцях й шанс нечесно вступити є мінімальним. Але через низький рівень самих тестів більшість людей його складають, тим самим маючи потенційне право на вступ до вузів. Також існує проблема ВНЗ з низьким рівнем викладання, основною метою яких є не випуск кваліфікованих кадрів, а заробіток грошей на студентах, що знаходяться на контрактній формі навчання. Саме в такі ВНЗ можна вступити з найнижчим пороговим балом, який можна набрати навмання. Тут виникає проблема: студенти цих установ отримують ті ж самі дипломи державного зразку, що й студенти, що навчаються у найпрестижніших Університетах.

Вирішення цієї проблеми є вкрай простим. Держава повинна реалізувати план у декілька етапів:

- значне підвищення порогового балу ЗНО для абітурієнтів;
- ускладнення завдань та поширення вивчаємих тем на іспиті;
- ліквідація ВНЗ, що не несуть користі до наукової бази України, й що дискредитують основні принципи вищої освіти;
- заохочення перспективних юнаків до навчання шляхом виділення грантів, стипендій й так далі.

Впровадження Болонського процесу, який повинен був перезапустити усю систему й дати новий поштовх, у цілому, провалився та лише частково були впроваджені поверхневі принципи, такі як зміна системи оцінювання, чи надання певному предмету кредитних балів. Також провальним можна вважати й Закон України «Про вищу освіту», бо велика частина задекларованих тез не виконується й злісно порушується як багатьма ВУЗами, так й МОН. Задля реформування вищої освіти й насиченню ринку праці кваліфікованими кадрами у майбутньому Держава повинна впровадити лише декілька постулатів, що потенційно дадуть різкий поштовх усій системі, серед постулатів можна виділити реформування фінальних іспитів та ліквідація значної кількості ВНЗ, що не є ефективними з точки зору випуску якісних працівників.

Список використаних джерел

1. Вахович І.М. Стан і проблеми вищої освіти в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. No 1. С. 63 – 69.

2. Стратегія реформування вищої освіти в Україні до 2020 року. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NT1109> (дата звернення 10.04.22)
3. Концепція розвитку освіти до 2025 року. URL: <https://vnu.edu.ua/uk/articles/prezentovano-proekt-koncepciyi-rozvitku-osviti-do-2025-roku> (дата звернення 10.04.22)
4. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text> (дата звернення 10.04.22)

Познякова Т. С.
студентка ФМОІТ 35 групи,
Петровська О. М.
к.п.н., доцент

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО ЧАСУ ПРИ ГНУЧКИХ ФОРМАХ ЗАЙНЯТОСТІ

В сучасних умовах швидких змін в економіці, на ринку праці значного поширення набувають гнучкі форми зайнятості. Вплив різних глобалізаційних процесів на розвиток економіки обумовлює зменшення попиту на стандартну форму праці та перехід до організації робочого часу при гнучких формах зайнятості. В умовах економічної кризи цей перехід допоможе підприємствам збільшити кількість робочих місць, за рахунок уникання соціальної напруженості при звільненні робітників, та підвищити прибутковість, раціоналізуючи при цьому сукупні витрати.

Концепція гнучких форм зайнятості почала набувати популярності нещодавно: з початком кризи підприємці для того, щоб уникнути фінансових втрат у зв'язку з потоком звільнень робітників та з метою збереження кваліфікованих кадрів, почали впроваджувати різні форми нестандартної зайнятості. Для нестандартних (гнучких) режимів організації праці характерне відхилення від загальноприйнятого в Україні 8-годинного робочого дня.

Гнучкі форми зайнятості полягають у наданні працівникові можливостей вибору між вільним і робочим часом як за кількістю часу, так і за режимом його використання [3].

До гнучких форм зайнятості, пов'язаних з нестандартними режимами робочого часу відносять: неповний робочий час – робочий день триває менше нормованого часу (в Україні менше 8 годин); скорочений робочий тиждень; альтернативний робочий час – два робітники працюють на одній роботі, змінюючи один одного через тиждень; поділ одного робочого місця між двома працівниками – при цій формі зайнятості заробітна плата поділяється між двома працівниками пропорційно до виконаної роботи або до відпрацьованих ними годин; стиснутий робочий тиждень – робочий тиждень становить меншу кількість днів.

Крім того, законодавством встановлюється скорочена тривалість робочого часу для окремих категорій працівників (учителів, лікарів та інших). [2].

З початком кризи багато підприємств почали впроваджувати гнучкі графіки робочого часу для своїх працівників, які передбачають самостійний вибір робітниками часу початку роботи та час її завершення. Такий графік роботи є привабливим для батьків з маленькими дітьми. Проте така організація робочого часу не є ефективною для усіх видів діяльності та може призводити до таких втрат як: зниження швидкості реагування, оперативності управління там, де потрібні спільна праця; може змінитись і стати менш стійкою система комунікацій [4]. Тому гнучкий графік робочого часу варто впроваджувати на підприємствах, які не пов'язані з постійною взаємодією з клієнтами та іншими організаціями для того, щоб не створювати в робочому процесі заділ.

Потрібно відмітити, що при тимчасовій чи сезонній зайнятості працівники зазвичай мають гірші умови роботи порівняно з тими робітниками, з якими був укладений постійний трудовий договір. Це може проявлятися у нижчій заробітній платі, відсутності певних гарантій зайнятості, гіршому соціальному забезпеченні, в обмеженні професійного розвитку і кар'єрного зростання, незначних соціальних послугах тощо. Однак є і позитивний момент у таких нестандартних формах зайнятості: існує перспектива працевлаштування робітника на постійну роботу. У країнах ЄС-15 протягом 2005–2011 рр. третина працівників, які мали тимчасові контракти, дістали можливість перейти на постійні умови найму [1, с.10].

Проектом передбачається, що роботодавець самостійно визначає необхідність та час залучення працівника до роботи, обсяг роботи та передбачений трудовим договором строк, погоджує з працівником режим роботи та тривалість робочого часу, необхідного для виконання відповідної роботи [5]. Загалом кількість відпрацьованих годин не може перевищувати 40 годин на тиждень. Проте є певні обмеження: кількість укладених договорів з нефіксованим робочим часом може становити лише 10% від кількості усіх укладених трудових договорів на підприємстві.

Отже, можна сказати, що практика впровадження організації робочого часу при гнучких формах зайнятості з кожним роком стає більш поширеною, що пов'язано з трансформацією ринку праці та економічною кризою. Нестандартні форми зайнятості набувають все більшої популярності серед громадян, які з певних причин не можуть або не мають бажання працювати за стандартним графіком роботи. В кризовий період гнучкі форми зайнятості виконують регулюючу функцію, допомагаючи регулювати рівень безробіття в країнах та уникати соціального напруження серед населення. Для підприємств організація робочого часу при гнучких формах зайнятості допоможе раціоналізувати сукупні витрати та підвищити прибутковість.

Список використаних джерел

1. Антошкін В. Соціально-економічні зрушення у формах зайнятості сільського населення. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. 2012. Вип. 5, Том 3. С. 7-13.
2. Кодекс законів про працю України : закон України від 10.12.1971 №

322-VIII : станом на 02 квіт. 2022 р. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>

3. Іляш О. І., Гринкевич С. С. Економіка праці та соціально трудові відносини. К. : Знання, 2010. 476 с.

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ НОВИХ ПРАЦІВНИКІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь-яке підприємство у сучасному світі починається з людей, із людського ресурсу, завдяки якому можна досягти певних успіхів. Важливо розуміти, що саме людина є тим важливим компонентом, за допомогою якого можна досягти ефективної діяльності в організації, тож управління персоналом потребує розвитку найрізноманітніших підходів, які допоможуть керувати різними типами людей. Найчастіше, для HR-спеціалістів головним завданням стоїть підбір професіональних та досвідчених кандидатів на вакантну посаду, та введення їх в курс справи в компанії. Однак недостатньо тільки підібрати працівника. Для його ефективної роботи та необхідного розвитку новому робітнику слід допомогти адаптуватися в компанії та серед колективу, даний процес може зайняти певний час.

Для початку треба зрозуміти, що собою представляє поняття «адаптація персоналу». В економічній літературі існує велика кількість різних визначень, одне із них запропонували Базаров Т.Ю. та Єрьомін Б.Л.: адаптація персоналу — це процес активного пристосування людини до нового середовища, знайомство з діяльністю організації, особливостями виробництва, включення в комунікативні мережі, знайомство з корпоративною культурою і зміна власної поведінки відповідно до вимог нового середовища [1]. Таке визначення є доволі влучним та зрозумілим, адже кожному новому робітнику потрібен час для періоду адаптації до компанії, колективу, до нового робочого місця та робочих повноважень.

У сучасних українських компаніях виникають доволі схожі проблеми в питанні адаптації персоналу. Найвища ланка керівництва займається економією витрат, не приділяючи велику увагу застосуванню заходів для акліматизації співробітників в організації, що приводить в майбутньому до виникнення певних труднощів та непорозумінь в команді. Слід зауважити, що в ситуації військових дій, в якій перебуває наша країна сьогодні, досить важливу роль займає ефективна робота бізнесу для підтримки економії на належному рівні. Усі люди переживають величезний стрес, тож задачею розумного керівництва є підтримка сприятливої для роботи атмосфери на підприємствах.

Для ефективного процесу адаптації, та для того, щоб кожен новий співробітник швидко пристосувався до нового колективу та починав ефективно працювати, пропонується мати загальноприйнятий план адаптації персоналу. Ця робота вимагає комплексного та регулярного підходу, адже декількох заходів буде недостатньо. Правильно організований план дозволяє розвивати одразу два види мотивацій у працівників, а саме економічну та нематеріальну [3].

Щодо економічної мотивації все досить зрозуміло. Правильно підібрані заходи адаптації персоналу допомагають спеціалісту працювати із

більшою продуктивністю, що призводить до підвищення заробітної платні, отримання матеріальних бонусів, премій, та інших винагород. У робітника зростає мотивація, а значить, з'являється бажання працювати з більшою самовіддачею, та розвиватися на підприємстві.

Однак, гроші – це не єдиний спосіб мотивації для робітників. Однією з цілей адаптації персоналу є нематеріальна мотивація. Часто фахівці шукають роботу не тільки задля заробітку грошей, але і для росту, розвитку в професійному плані, просування по кар'єрним сходам. Кожна людина при працевлаштуванні має свої окремі цінності та плани, які повинні збігатися із корпоративними цінностями компанії [3]. У такому випадку робота буде максимально ефективною. Існує кілька методів, які допоможуть фахівцеві швидше адаптуватися і отримати економічну та особисту мотивацію [4].

На пристосування працівника до виробничого середовища істотно впливають сфера дозвілля та матеріально-побутова сфера. Так, молодий працівник може обрати свою професію відповідно до своїх психофізіологічних та соціально-психологічних особливостей, оволодіти цією професією в навчальному закладі, а потім працевлаштуватися за нею в організації. Але процес виробничої адаптації працівника може бути перерваним унаслідок його незадоволеності сферою дозвілля, низьким рівнем заробітної плати чи відсутністю реальних можливостей щодо задоволення своїх потреб у нормальних житлових умовах, тощо.

За напрямками пристосування працівника виробнича адаптація поділяється на: первинну адаптацію молодих працівників, та вторинну адаптацію працівників з певним виробничим стажем роботи в інших організаціях або в інших структурних підрозділах даного підприємства. Вторинна виробнича адаптація може мати місце у разі професійно-кваліфікаційного просування працівника, призначення особи, яка перебувала в резерві керівників [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що запропоновані заходи для адаптації персоналу дають змогу підвищити рівень ефективності самої організації, та створити персонал із ерудованих, впевнених та компетентних працівників, які реалізують власні цілі, та, водночас, працюють для досягнення спільної корпоративної мети. Треба зауважити, що запропоновані заходи та плани адаптації персоналу можуть потребувати регулярного оновлення та вдосконалення в залежності від рівня кваліфікацій та досвіду нових робітників.

Список використаних джерел

1. Адаптація як пристосування працівника до умов праці. URL: http://www.dridu.dp.ua/nauka/sv_rada_D/dis/Shatalova_dissertation.pdf
2. Психологія управління персоналом URL: https://stud.com.ua/161254/menedzhment/adaptatsiya_personalu
3. Адаптація персоналу. URL: <https://cleverstaff.net/blog/uk/adaptatsiya-personalu/>

4. Управління адаптацією нових працівників URL:
http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2012/14.pdf

ФАКТОРИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ДІЄВІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Фактори управління персоналом - це особливо значущі за своєю природою, важливістю та силою причини та обставини, що є джерелами впливу на організацію, реалізацію та формування процесу впливу на зайнятих в організації, здатні стати рушійною силою і визначити його характер .

Будь-яка організація не існує у вакуумі, на її функціонування впливають різні внутрішні і зовнішні фактори. До таких факторів, що впливають на формування практики та політики управління персоналом, належать економічні умови та законодавство .

1. Економічні умови. Природа ринку праці. Вона безпосередньо має вплив на програми управління персоналом. Якщо пропозиція робочої сили значно перевищує попит, витрати на найм працівників мінімальні. Природа конкуренції. Її зазвичай вимірюють ступенем конкуренції. Високий рівень конкуренції змушує організацію зменшувати витрати. Отже, додаткові винагороди та оплата праці теж зазнають скорочення;

2. Законодавство. Українське законодавство регламентує відносини між роботодавцем та працівником, встановлюючи: тривалість робочого тижня та робочого дня; розмір мінімальної оплати труда; норми умов праці; однакові можливості за наймом працювати; тривалість та порядок надання відпусток; норми безпеки праці; гарантію дотримання правами людини.

Внутрішні чинники, що впливають на управління персоналом, включають такі компоненти:

1. Цілі та місія організації. Ціль її існування - виробництво унікального продукту (послуги, технології), що відрізняє цю організацію від інших і допомагає залучати клієнта, який може цим продуктом скористатися. Місією окреслюється основна загальна мета організації - чітко виражена причина існування. Кожна організація, незалежно від сфери діяльності, форми власності (приватна, державна або їхня комбінація) починається з місії. Розглядаючи сукупність організаційних цілей, можна виокремити наступні категорії цілей організації [2, с.13-14].

3. Корпоративна культура. Корпоративна культура – це система цінностей, яка поділяється більшістю працівників. Вона впливає на поведінку, продуктивність та очікування співробітників, задає набір стандартів з усіх важливих напрямків життєдіяльності організації.

4. Робочі групи. Групою можна вважати об'єднання трьох або більше людей, які розглядають себе як групу, які незалежні один від одного з точки зору мети та спілкуються та взаємодіють на більш менш постійній основі. Доброзичлива атмосфера у колективі, тісні неформальні відносини між співробітниками мають позитивний вплив на ставлення робітників до своєї

праці, на відданість організації, суттєво скорочують плінність кадрів.

5. Природа праці. Природу праці вважають основним чинником, що впливає на управління персоналом. Чинники, що визначають природу праці, такі: ступінь агресивності умов праці; ступінь фізичних навантажень; розташування місця роботи; ступінь автономності та рівень відповідальності співробітників різних рівнів; інтенсивність праці; інтенсивність спілкування на роботі; ступінь закінченості праці (частина із суспільного поділу праці) та структура праці.

6. Стиль керівництва. Під стилем керівництва розуміють стереотип відносин, що склався між підлеглим і керівником. Це сукупність своєрідних методів і прийомів управління, властивих певному виду керівника. Традиційно виділяють демократичний, потуральний та авторитарний стилі керівництва. Стиль керівництва накладає відбиток на організаційну культуру, формує стереотипи робітників та неформальних відносин усередині організації.

На результативність управління персоналом впливають, насамперед, компетенція працівників та рівень їхньої мотивації. При цьому компетенція працівників залежить від рівня їхньої освіти, навички роботи та особистих здібностей.

Для успішного реалізації тактичних завдань у сфері результативності управління персоналом першорядне значення має освоєння чинників які впливають на продуктивність праці, своєчасне та повне застосування запасів зростання і поліпшення з урахуванням цього науков-обґрунтованої системи огляду та планування продуктивності праці та оцінки результативності управління персоналом. Високі темпи зростання ефективності управління персоналом загалом та продуктивності праці зокрема забезпечуються науково обґрунтованим застосуванням всього комплексу факторів, що впливають на продуктивність керівництва персоналом.

Список використаної літератури

1. Продиус О.І., Лобинцева В.В. Шляхи підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві. *Economics: time realities*. 2020. № 4 (50). С.57-65.
2. Очкуренко Д.А. Удосконалення системи управління персоналом на поліграфічному підприємстві. КПП ім. Ігоря Сікорського. 2019.
3. Гавкалова Н.Л. Менеджмент персоналу: навч. посіб. Х.: Інжек, 2004. 276 с.
4. Різун Р.Л. Методи управління персоналом підприємства. *Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. 2020. С.60-62.
5. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки. Монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 229 с.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ

Ринок праці займає провідне місце серед сукупності ринків (капіталу, землі, товарів, послуг, робочої сили і ін.), які складають загальноринковий економічний механізм. Робоча сила - це та рушійна сила, яка приводить у дію всі інші ринки та створює нову вартість - товари та послуги. Тому для планування подальшого економічного розвитку на будь-якому рівні – регіональному, державному, потрібно мати інформацію щодо поточного стану ринку праці та прогнозу його дані на визначений період.

Прогнозування ринку праці – аналітична оцінка його кон'юнктури на визначений період за допомогою певних методів.

Мета прогнозування показників попиту та пропозиції робочої сили - визначення та кількісна оцінка очікуваного контингенту незайнятого у галузях економічної діяльності населення, яке вийде на ринок праці і претендуватиме на вільні робочі місця та посади, розробка можливих варіантів забезпечення продуктивної зайнятості, встановлення прогнозного надлишку працездатного населення працездатного віку з урахуванням потреб суспільного виробництва та економічного стану держави [1, с.29].

Для прогнозу попиту і пропозиції робочої сили може бути використано сценарний (варіантний) підхід [2, с.7], за яким прогноз пропозиції можна визначити за допомогою чисельності осіб, які пропонували робочу силу у попередньому році та середньорічного темпу приросту (зниження) чисельності осіб, які пропонували робочу силу. Відповідно за даним підходом прогноз обсягу попиту розраховується за допомогою обсягу працевлаштування вивільнених працівників через реорганізацію виробництва, працевлаштування вивільнених працівників за власним бажанням та порушення трудової дисципліни, працевлаштування випускників середніх загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних закладів та ВНЗ, обсягу працевлаштування військовослужбовців, звільнених за скороченням чисельності або штату без права на пенсію та з військової строкової служби, обсягу працевлаштування осіб, незайнятих трудовою діяльністю з інших причин. Для розрахунку необхідна інформація статистичної звітності, аналітичні матеріали розвитку ринку праці за попередні періоди, дані програм сприяння зайнятості населення. Метою сценарного підходу є забезпечення узгодженості потреби в робочій силі з параметрами соціально-економічного розвитку регіону, динамікою основних його макроекономічних і соціальних показників: працездатне населення працездатного віку, економічно активне населення; обсяги виробництва галузей

виробничої та невиробничої сфери, обсяги сумарних інвестицій.

Розроблено алгоритм збору, оброблення і узагальнення інформації про вакансії та резюме, який планується як основа для розроблення відповідного програмного забезпечення, за допомогою якого збирання первинної інформації з Інтернет-сайтів може відбуватись в автоматичному режимі, що збільшує можливості обробки інформації та дозволить скоротити терміни пошуку та обробки інформації [3, с.20].

Також важливо підтримувати малий та середній бізнес – це призведе до того, що працездатні люди з інших країн будуть прагнути розвивати підприємства на території нашої держави. Тобто покращення умов працевлаштування і розвитку підприємств буде залучати економічно активне населення до життя та інвестування у нашу державу, що у свою чергу призведе до стабілізації економіки і підвищення загального рівня життя. Для прикладу, у США на законодавчому рівні закріплено, що починаючи підприємці отримають гарантовані кредитні програми, венчурні програми, програми гарантування боргових зобов'язань, інвестиційні програми [4, с.2-3]. Тобто проводиться забезпечення фінансування малого бізнесу починаючи від найменших потреб, закінчуючи кредитами у великих розмірах.

Для покращення вихідних показників попиту на робочу силу необхідно впливати на процеси створення нових робочих місць в окремих професійних галузях, для чого необхідно планування та реалізація відповідних програм на рівні держави.

Прогнозування ринку праці є важливою складовою та основою макроекономічного прогнозування соціально-економічного розвитку економіки країни і виявлення її слабких місць з метою їх подолання. Збалансувати попит і пропозицію можна через удосконалення системи освіти, медичної системи, підтримки розвитку малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел

1. Волкова О.В. Ринок праці : навч. посіб. К., 2007. 624 с. URL: http://pidruchniki.com.ua/19991130/ekonomika/rinok_pratsi_-_volkova_ov
2. Робоча сила, її показники та методи визначення. URL: <https://studfile.net/preview/5015657/page:7/> (дата звернення 10.04.2022)
3. Ільчук Л. І. Мережеве суспільство та ринок праці (на прикладі алгоритму збору та оброблення інформації щодо попиту та пропозицій робочої сили). *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму*. 2018. № 4. С. 14-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2018_4_4 (дата звернення 10.04.2022)
4. Європейський інформаційно-дослідницький центр. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в США (штат Каліфорнія) URL: <https://infocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/29001.pdf> (дата звернення 10.04.2022)

Стоянов В. Ю.
студента ФМОІТ 36 групи,
Сало Я. В.
к.е.н., ст. викладач

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ В КОНТЕКСТІ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В УКРАЇНІ

Пандемія Covid-19 внесла значні зміни як в соціально-економічне та політичне становище більшості країн світу, так і в життя пересічних людей. Проблема пандемії торкнулася й вітчизняну економіку, бо наша держава є частиною світової економічної системи, яка з кожним роком все більше й більше інтегрується до світових економічних трендів. Неможливо розглядати економічну ситуацію України окремо від контексту пандемії корона вірусу.

За словами прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, вже на початку пандемії уряд поставив перед собою завдання намацати баланс між неминучими обмеженнями, спрямованими на протидію поширенню вірусу, та збереженням стійких темпів розвитку економіки. «В результаті ми дійшли ідеї так званого адаптивного карантину, – сказав Шмигаль. – Це дозволило нам швидко реагувати на спалахи захворювання у певних регіонах без необхідності зупиняти роботу всієї країни»[1]. Дійсно, для української економіки світова пандемія стала своєрідним викликом, оскільки державі доводиться не тільки долати проблеми, що спричинені безпосередньо самим «ковідом», а й аналізувати та боротися з наслідками недосконалої економічної системи, що склалася в нашій країні за останні 30 років незалежності разом з усіма притаманними їй наслідками: бюрократизація державного апарату, монополізація окремих галузей економіки, «тінізація» економіки, недосконала законодавча база тощо. Всі ці наслідки разом з притаманними вітчизняній економіці проблемами змусили керівництво нашої держави шукати шляхи подолання світової кризи, щоб зберегти темпи зростання основних макроекономічних показників. Аналізуючи динаміку зміни номінального та реального валового внутрішнього продукту України, ми будемо порівнювати показники 2020-2021 рр. (років безпосередньо пандемії Covid-19) з показниками 2019 року за I та II квартал кожного року, оскільки дані за III та IV квартал 2021 року наразі відсутні.

З наведеної діаграми бачимо (рис.1), що за перший та другий квартал 2020 року, порівнюючи з відповідним періодом 2019 року, номінальний та реальний ВВП України зменшилися на 23666 млн.грн. (-1,35%) та 75799 млн.грн. (-6,5%) відповідно. Варто зазначити, що перше півріччя 2020 року було найтяжчим для української економіки з початку «коронакризи», оскільки держава складно уявляла шляхи адаптації до реалій світової пандемії, тому вдавалася до таких заходів, як «нокдаун» - системи обмежувальних заходів, які вводяться з метою стримати поширення захворюваності; під час якого діє режим ізоляції для населення, тобто обмежується свобода пересувань і дій в межах певної зони [3]. Звичайно, що подібного роду заходи були вимушені з огляду на запобігання поширення вірусу Covid-19, проте саме ці заходи призвели до

падіння

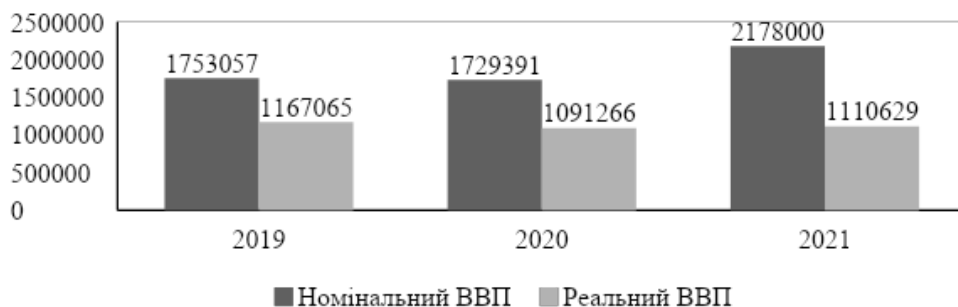


Рис.1. Обсяг номінального та реального ВВП України за I та II квартал 2019-2021 років відповідно, млн.грн. [2]

номінального та реального ВВП. Уже в 2021 році номінальний валовий внутрішній продукт України збільшився до 2178000 млн.грн., а відрив у реальному ВВП скоротився з 75799 млн.грн. до 56436 млн. грн. – тобто на 25,6%, порівняно з 2019 роком.

Так, Україна зуміла в 2021 році повернутися до показників реального ВВП станом на 2019 рік. Виріс і номінальний ВВП, проте це збільшення відбулося скоріше за рахунок збільшення темпів інфляції. Рівень безробіття в країні в період 2019-2021 рр. виріс з 8,6% до 10,3%. Показники номінальної та реальної середньої заробітної плати виросли, але відбулося це скоріше не через ріст економіки в цілому, а через збільшення частки тіньового сектору економіки України, що призводить до унеможливлення об'єктивної оцінки середньої заробітної плати українців в цілому по всій країні. Варто зазначити, що найбільш болючішими для вітчизняної економіки був перший да другий квартал 2020 року – саме тоді була перша хвиля коронавірусної хвороби в Україні. Через впровадження загальнодержавного локдауну було втрачено тисячі робочих місць, зріс рівень тіньової економіки. Проте через деякий час малий та середній бізнес зумів адаптуватися до реалій пандемії, а держава проводила акції щодо стимулювання підприємств; наприклад, одноразова виплата ФОПам, доступна програма кредитування бізнесу тощо. Політика загального карантину була замінена на «адаптивний» карантин, що дозволило більш коректно розподіляти економічні ресурси держави всередині країни та зробило громади більш незалежними у вирішенні тих чи інших питань.

Список використаних джерел:

1. Эксперты ООН: пандемия подталкивает Украину к тяжелой рецессии, но наихудшего сценария можно избежать. URL: <https://news.un.org/ru/story/2020/09/1386142>.
2. Національні рахунки (ВВП). URL: http://ukrstat.gov.ua/imf/arhiv/nr/nr2016_2020_u.htm
3. Локдаун в Україні: що важливо знати. URL: <https://coronavirus.rbc.ua/ukr/news/lokdaun-ukraine-vazhno-znat-1606313765.html>.

Секція

**СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Багірова К.Р.
студентка 44 групи,
Вітковська К.В.
к.е.н., доцент

ОЦІНКА РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Одним з основних індикаторів ефективного соціально – економічного розвитку будь – якої держави є рівень життя населення. Країна ніколи не буде багатою, якщо значна частина її населення зuboжіла, а інша – за наявного рівня доходів неспроможна задовольнити власні життєві потреби. Добробут населення є не лише важливою складовою стану економічної системи, але й необхідною передумовою її розвитку, що обумовлює необхідність дослідження даної проблематики в умовах сучасних економічних та соціальних перетворень.

Особливістю України є значна диференціація регіонів України за рівнем життя населення, основними чинниками, що його формують та впливають на подальший розвиток, що потребує проведення комплексної оцінки життєвого рівня населення з урахуванням особливостей притаманних окремим територіям.

Проблеми соціального розширення населення та рівня життя в Україні привертають до себе дедалі більшого значення з погляду виявлення соціально уразливих верств населення та створення ефективної соціальної політики. Так, у роботах О.Власюка, Н. Ковтун, А.Колота, Е. Лібанової, В.Саріюгло, Л.Черенько, Р. Татаревської, К.Вітковської, Д.Хапова досліджено проблеми надмірної диференціації в доходах населення та зниження життєвого рівня населення в перехідний період в Україні, проаналізовано основні показники бідності в Україні, запропоновано оптимальні механізми скорочення масштабів бідності та підвищення рівня життя українського населення.

Не зменшуючи значення даних робіт слід відмітити, що аналізу диференціації рівня життя населення окремих регіонів з урахуванням притаманної їм специфіки належної уваги не приділялося, що і обумовило вибір теми дослідження.

Соціально – економічний розвиток будь – якої країни, а тим більш країни з великою чисельністю населення, є вельми складною системою, швидкі темпи зростання в якій демонструють крупні елементи, а саме регіони з найбільш сприятливими умовами економічного розвитку до яких відносяться, географічне положення, наявність ресурсів (природних, трудових тощо), наявність розвинутої промисловості та ін.

Таким чином, виникає необхідність проведення інтегральної оцінки рівня життя для окремих регіонів, яка дасть можливість дослідити рівень життя населення за допомогою одного показника та на його основі отримати рейтинг регіонів за рівнем життя.

Ми пропонуємо, для оцінки рівня життя населення на регіональному рівні взяти за основу методику розрахунку, такого інтегрального показника, як

регіональний індекс життя, запропоновану групою вчених – економістів Інституту демографії та соціально – економічних досліджень [1, 184-196], з урахуванням певних методологічних рекомендацій до його розрахунку, пов'язаних зі змінами соціально – економічної ситуації в країні та відповідними змінами методології статистичних спостережень.

На основі запропонованої методики, використовуючи дані Державної служби статистики України, нами було розраховано часткові і зведені інтегральні індекси рівня життя населення та визначено ранг окремих регіонів у 2020 році.

Отримані дані було згруповано у три групи з рівними інтервалами, виділивши групи регіонів за таким рівнем життя, як: низький, середній, високий. Для збереження однорідності та співставлення інформації у сукупність не були включені місто Київ та Автономна республіка Крим.

Так, до групи з високим рівнем життя відносяться Івано-Франківська, Сумська, Закарпатська, Миколаївська та Черкаська області. Потрапляння в дану групу Донецької та Луганської областей дещо суперечить реальним уявленням. Однак, таку ситуацію можна пояснити відсутністю даних по окупованих територіях, що призвело до їх необ'єктивності.

До групи з середнім рівнем життя населення належать одинадцять областей, а саме Вінницька, Хмельницька, Чернігівська, Волинська, Київська, Закарпатська, Дніпропетровська, Полтавська, Чернівецька, Львівська та Тернопільська (інформацію надано у порядку зростання показника).

До групи аутсайдерів потрапили Рівненська, Житомирська, Харківська, Херсонська, Одеська та Кіровоградська області. Це свідчить про необхідність розробки та впровадження науково обґрунтованих регіональних соціально – демографічних програм, заходи яких будуть сприятимуть зміні ситуації в цих областях.

Таким чином, запропонована методика регіональної оцінки рівня життя населення спрямована на детальний та всебічний аналіз складових життєвого рівня будь – якого регіону або групи областей та дозволяє ранжувати регіони за рівнем життя та його основним аспектам.

Список використаних джерел

1. Рівень життя населення України. НАН України. Інститут демографії та соц. досліджень; [за ред. Л.М. Черенько], К. : ТОВ «Видавництво «Консультант»», 2006. 428с.
2. Вітковська К.В. Методологічні аспекти оцінки рівня життя в регіонах України. *Статистика України*. 2020. №4. С.54-60.
3. Статистичне дослідження соціально – економічних і демографічних процесів: Монографія. За заг. ред. к.е.н., доцента Ю.О. Ольвінської.-Київ : ФОП Гуляєва .М., 2021. 207 с.
4. Багірова К.Р. Статистична оцінка життєвого рівня населення для окремих регіонів України. *Статистика – інструмент соціально – економічних досліджень : збірник наукових студентських праць*. Випуск 7. Одеса, ОНЕУ. 2021. С. 101-107.

Іванченко Т. А.
студентка 44 групи,
Готліб І. Г.
к.е.н., доцент

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ

Сучасні науковці трактують поняття «інвестиційний клімат» як певну сукупність зовнішніх факторів, що безпосередньо впливають на процес інвестування та економічний ефект від нього. Активність в інвестиційному полі покращує економічну ситуацію, оскільки є певним джерелом майбутнього прибутку для підприємств, що в результаті призводить до внесення позитивних змін у економічний клімат держави.

Однак для сприятливого інвестиційного клімату необхідна наявність певних умов. Одною з них може бути вдосконалення законодавчої бази та наближення правового регулювання до міжнародних стандартів. Інша полягає у повній прозорості та розвитку законодавства.

Очевидно, що іноземний чи вітчизняний інвестори можуть обирати буд-яку країну для інвестування вільних коштів. Однак вони насамперед аналізують, де найбільш сприятливі, вигідні та стабільні умови. Важливими є також політична ситуація в країні і державна політика економічного розвитку. У цьому питанні визначальним є темпи зростання валового національного і внутрішнього продуктів. Тенденція до зростання цих важливих показників призведе до розвитку ринку, а, отже, і покращення умов інвестування [1].

Досвід прогресивних країн вказує на те, що для стабільного економічного зростання важливо аби щорічно інвестиції становили близько 19-25% від ВВП. У недавньому дослідженні про надходження інвестицій в економіку України було визначено цю частку для регіонів України [2,с.117-118]. Отримані розрахунки свідчать про недостатню забезпеченість українського ринку капітальними інвестиціями. По Україні в цілому частка інвестицій в загальному обсязі ВВП у 2020 році склала майже 13%. Досить значний відрив від запропонованих меж. Що стосується ситуації в окремих регіонах, то вона досить відрізняється і це співвідношення варіюється від 7,3% до 15,01%. Місто Київ звісно випереджає, де це значення склало 17,2%.

Для України залучення інвестицій є важливою умовою стабільного розвитку. Розглянемо на рис. 1 динаміку прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україну і з неї відповідно.

За період 2015-2022 рр. ПІІ в Україну значно перевищують ті, що з України, а якщо точніше, то в середньому в 87 рази. Це означає, що сальдо інвестицій є від'ємним. І відповідно це зумовлене рядом факторів, зокрема: несформована стабільна економічна ситуація, недостатня кількість ресурсів і заощаджень вітчизняних інвесторів, які прагнуть до зовнішніх розвинених ринків. Однак, обсяги ПІІ в Україну з 2015 по 2021 рік мають тенденцію до зростання. Це, з одного боку, є позитивним явищем, оскільки таким чином в

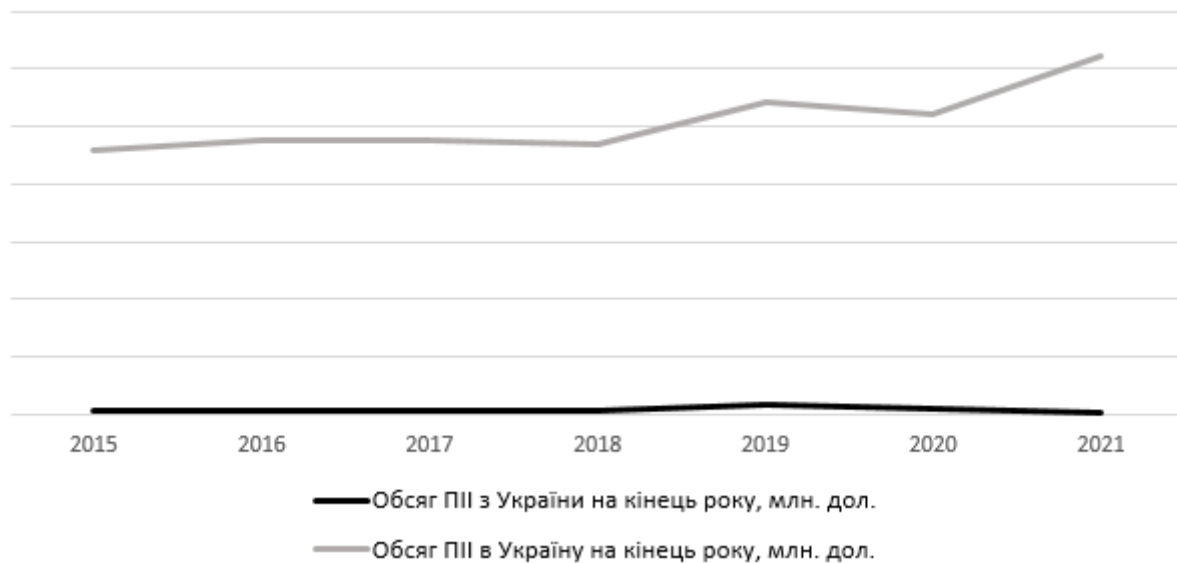


Рис.1. Динаміка ПІІ з 2015 по 2021 рік [3]

Україні з'являється більше робочих місць, застосовуються нові зарубіжні технології, ноу-хау і т. д.. Однак, з іншого боку, існує і негативний ефект, який полягає у тому, що філії або ж представництва закордонних фірм виводять прибутки в країни іноземних інвесторів до материнських компанії. Це призводить до відтоку валюти. Також слід зазначити, що такі умови можуть або стимулювати конкурентне середовище на вітчизняному ринку, або ж завдати шкоди українським підприємствам, яких витісняють іноземні. Тим не менш, починаючи з кінця 2015 року по 2021 рік в середньому щорічно обсяг ПІІ в Україну збільшувався на 2,7 млрд. дол. або на 35%.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна визначити, що інвестиційний клімат України недостатньо привабливий для інвесторів і потребує ґрунтовних змін. Він залежить від інвестиційного потенціалу та інвестиційного ризику, характеризується як кількісними показниками, так і якісними. Виходячи з цього можна визначити чинники, які визначають інвестиційний клімат країни та регіону: політична стабільність; законодавча база; рівень ризику інвестиційного ринку; наявність власних інвестиційних ресурсів; конкурентоспроможність вітчизняних підприємств; система оподаткування.

Список використаних джерел

1. Рагуліна Н. В. Інвестиційний клімат та методи покращення інвестиційного потенціалу на пост-конфліктних територіях України. *Ефективна економіка*. 2017. № 12.
2. Іванченко, Т. А. Статистичний аналіз та прогнозування надходження інвестицій в економіці України. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень*. Випуск 7. Одеса, ОНЕУ. 2021. С. 108 – 119.
3. Офіційний сайт Державної статистичної служби України URL: www.stat.gov.ua.

ДИНАМІКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ»

У народі існує така приказка: «Бережи одяг, доки новий, а здоров'я — доки молодий». Цієї народної мудрості потрібно дотримуватися і сьогодні, бо здоров'я та життя — це майже єдине, що неможливо відновити та купити за гроші. Саме тому впродовж останніх років почався активний розвиток медичного страхування. Означене сприяло проведенню статистичного дослідження стану та перспектив розвитку медичного страхування в Україні.

Стаття 49 Конституції України закріплює право кожного громадянина на безкоштовне медичне обслуговування [1]. На жаль, реальність така, що якісна медицина вимагає великих фінансових витрат. Тому медичне страхування стає актуальним, бо покриває видатки на лікування чи дає змогу пройти краще, в залежності від обраної програми.

Отже, медичне страхування — такий вид особового страхування, який гарантує отримання медичної допомоги та компенсацію витрат у разі настання страхового випадку, тобто при виникненні проблем зі здоров'ям.

Закон України «Про страхування» зазначає, що медичне страхування може бути як добровільним так і обов'язковим [2]. Зараз обов'язкове медичне страхування майже не розглядається аналітиками, а тарифні ставки дуже низькі. І в першу чергу цей феномен пояснюється стрімким розвитком добровільного страхування, появою крупних приватних медичних центрів, які виступають альтернативою державної медицини та інших видів медицини.

Сутність добровільного медичного страхування полягає в тому, що клієнт при настанні страхового випадку отримує право на безкоштовну і позачергову медичну допомогу в межах тих бюджетів і переліку послуг, про яку він подбав завчасно.

У статистичній практиці основними показниками аналізу страхових ринків виступають валові страхові премії і валові страхові виплати. Тому вся увага у дослідженні надавалась їм.

Валові страхові премії — це премії, отримані страховиками при страхуванні та перестраховуванні ризиків від страхувальників та перестраховувальників.

Валові страхові виплати — це сума виплат страхового відшкодування страхувальникам і перестраховувальникам [3, с. 317].

Проведений аналіз ряду динаміки валових премій за 2010-2020 роки (рис. 1) дозволив зробити такі висновки [4]:

1) Загальна тенденція валових премій має напрямок до зростання (з 859,6 млн. у 2010 році до 5,3 млрд. грн. у 2020 році).

2) У 2020 р. порівняно з 2019 роком валові премії збільшилися на 830,2 млн. грн. або на 18,6%. Якщо порівнювати з 2010 роком, то обсяги зібраних премій у 2020 році зросли на 4,4 млрд. грн. або в 6,2 рази, причому щорічно вони зростали на 444,1 млн. грн. або на 1,9%, що є свідомством стрімкого розвитку медичного страхування в Україні.

3) Найбільше зростання валових премій в абсолютному значенні відбулося у 2019 році порівняно з 2018 р. (на 983,6 млн. грн.), а у відносному - у 2011р. порівняно з 2010 р. (на 35,6%).

4) Найменше абсолютне і відносне зростання валових премій спостерігалось у 2014 році (порівняно з 2013 роком премії збільшилися на 137,9 млн. грн. або на 9,3%).

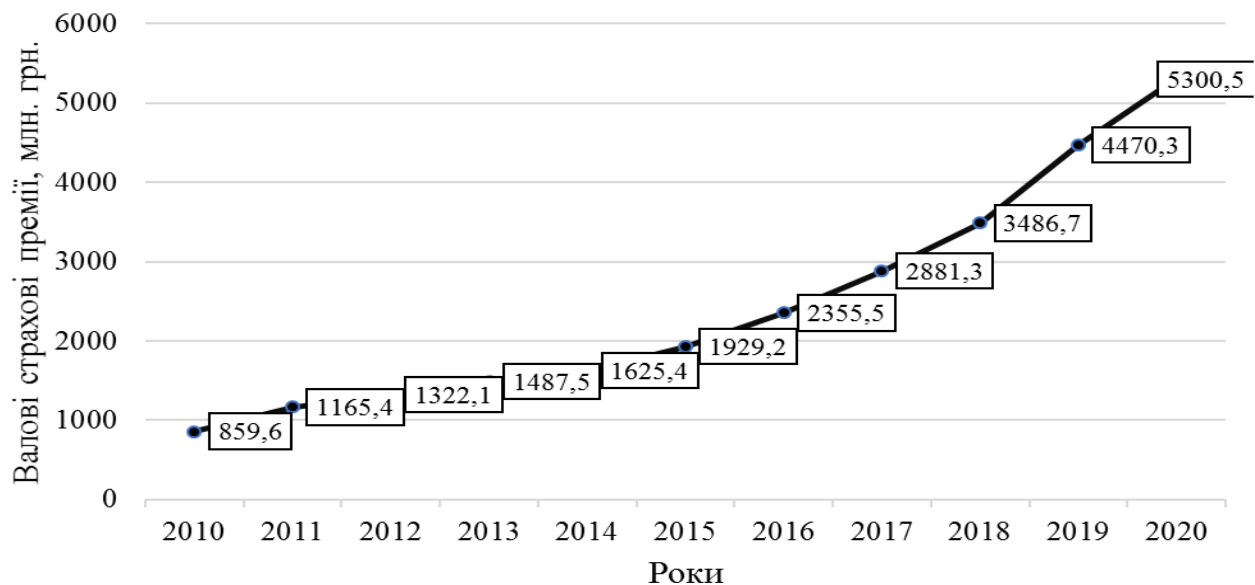


Рис. 1. Динаміка валових страхових премій з добровільного медичного страхування в Україні у 2010-2020 рр.

Перейдемо до розгляду динаміки валових виплат з добровільного медичного страхування в Україні за цей же період (Рис. 2), [3].

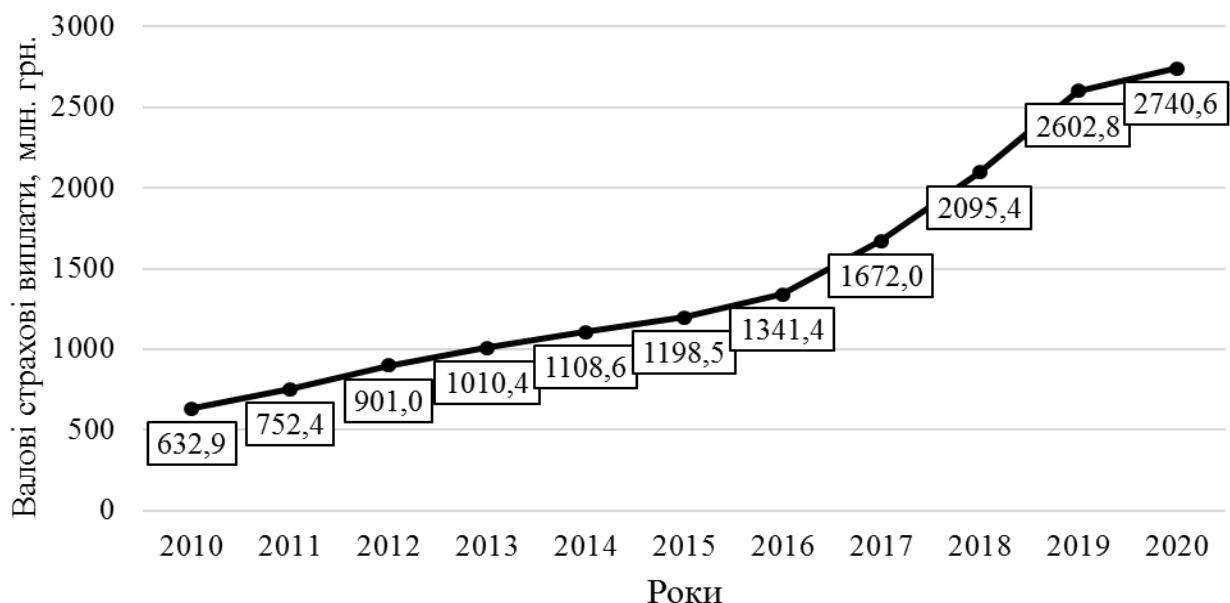


Рис. 2. Динаміка валових страхових виплат з добровільного медичного страхування в Україні у 2010-2020 рр.

Як і валові премії, динаміка валових виплат має тенденцію до зростання величини виплат, але масштаби дещо інші. Так, валові виплати зросли з 632,9 млн. грн. до 2740,6 млн. грн. Отже, за період з 2011 р. по 2020 р. виплати збільшилися на 2 млрд. або в 4,3 рази, у той час як валові премії зросли на 4,4 млрд. грн. або в 6,2 рази. Це означає, що зростання валових премій випереджає зростання валових виплат в 1,4 рази.

У 2020 році порівняно з 2019 валові виплати зросли на 137,8 млн. грн. або на 5,3%, причому кожен відсоток приросту містив в собі 26 млн. грн. Визначено, що за період 2011-2020 роки валові виплати щорічно збільшувалися в середньому на 210,8 млн. грн. або на 1,8%.

Найбільше зростання валових виплат в абсолютному значенні відбулося в 2019 році (на 507,4 млн. грн. порівняно з 2018), а у відносному – у 2018 р. порівняно з 2017 р. (на 25,3%).

Отримані результати дозволили розробити короткостроковий прогноз валових страхових премій і виплат на 2021 р. та 2022 р. на основі середньорічного темпу росту за формулою [5, с. 42-43]:

$$\hat{Y}_{i+\tau} = Y_i * T_{-p}^{\tau}, \quad (1)$$

де $\hat{Y}_{i+\tau}$ – рівень валових страхових премій (виплат), який екстраполюється (прогнозується);

$i + \tau$ – номер рівня, що екстраполюється;

i – номер кінцевого рівня страхових премій (виплат) періоду, за який розраховано середньорічний темп росту;

T_{-p} – середній темп зростання валових премій (виплат) з період;

τ – період, на який виконується прогноз.

Завдяки екстраполяції тренду отримано, що за умови збереження відносної швидкості росту премій і виплат страхові премії у 2021 році складуть 6358,0 млн. грн., а в 2022 році – 7626,4 млн. грн. Виплати будуть дорівнюватися відповідно 3173,2 млн. грн. та 3674,1 млн. грн.

Отже, в Україні ринок медичного страхування динамічно розвивається, простежується чітка тенденція до зростання премій і виплат. Така ситуація позитивно впливає на розвиток економіки, добробут та здоров'я нації.

Список використаних джерел

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
2. Верховна Рада України. Закон України "Про страхування" URL.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
3. Підгорний А. З. Статистика ринків: Навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова. – Одеса: Атлант, 2015. – 408 с.
4. Forinsurer URL: <https://forinsurer.com/stat>.

5. Фінансова статистика: навчальний посібник. А. З. Підгорний, Т. В. Погорелова. К.: ФОП ГуляєваВ.М., 2020. 204 с.