



**Харківський національний
університет радіоелектроніки**

**Кафедра економічної кібернетики та
управління економічною безпекою**

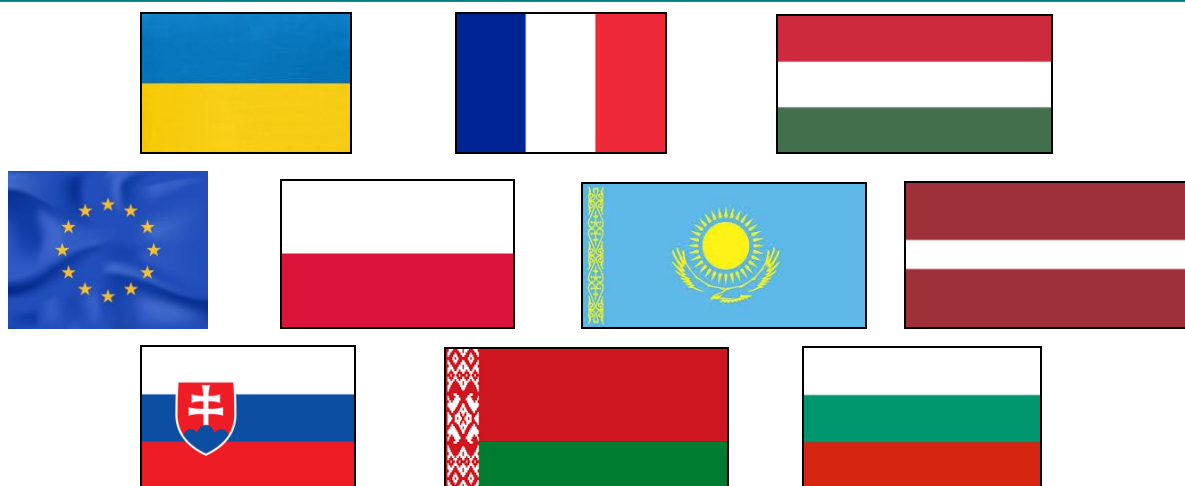
Матеріали

**I Міжнародної науково-практичної
конференції**

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**



**3 листопада 2020 року
м. Харків**



Kharkiv National University of Radio Electronics

**Department of Economic Cybernetics and Management
of Economic Security**

Proceedings of the Conference

I International Scientific and Practical Conference

**MODERN STRATEGIES OF ECONOMIC DEVELOPMENT:
SCIENCE, INNOVATION AND BUSINESS EDUCATION**



**November 3, 2020
Kharkiv, Ukraine**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ

Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою

**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

I Міжнародна науково-практична конференція

3 листопада 2020 року

Харків 2020

УДК 330.341; 338.24; 005 (06)
ББК 65; 65.050.2
Я 431

Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.) / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. 375 с.

У збірнику містяться матеріали, що були подані на I Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта» (м. Харків, 3 листопада 2020 року).

Для науковців, викладачів, аспірантів, а також фахівців, що займаються дослідженням питань соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки підприємств, галузей, регіонів та країни.

УДК 330.341; 338.24; 005 (06)
ББК 65; 65.050.2
Я 431

Автори є цілком відповідальними за висловлені ідеї, висновки та пропозиції.

Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.

У разі використання матеріалів збірника посилання на авторів і видання обов'язкове.

Розповсюджувати та тиражувати без офіційного дозволу ХНУРЕ забороняється.

© Кафедра економічної кібернетики та управління
економічною безпекою, 2020

© Харківський національний університет
радіоелектроніки, 2020

© Колектив авторів, 2020

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
Університет Нархоз, Казахстан
Білоруський національний технічний університет, Білорусь
Латвійський університет, Латвія
Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, Словаччина
Громадська організація «Nasz Dom», Польща
Будапештський університет технологій та економіки, Угорщина
Міжнародний інститут інноваційних освітніх технологій
Асоціація «Міжнародний науково-освітній траст»
Громадська організація «Silk Road», Польща
Університет Анже, Франція
Університет національної та світової економіки, Болгарія.

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ КОНФЕРЕНЦІЇ

Валерій Семенець, ректор Харківського національного університету радіоелектроніки, д.т.н., професор, Україна.

Тетяна Полозова, завідувач кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою, Харківський національний університет радіоелектроніки, д.е.н., професор, Україна.

Людмила Горохова, директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти, Україна.

Майгуль Нугманова, керівник центру гендерної економіки, Університет Нархоз, к.е.н., Казахстан.

Ксенія Якушенко, завідувач кафедри маркетингу, Білоруський національний технічний університет, к.е.н, доцент, Білорусь.

Валерія Прокopenко, директор Міжнародного інституту інноваційних освітніх технологій, д.е.н., професор, Україна.

Надія Белікова, учений секретар Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України, д.е.н., доцент, Україна.

Байба Шавріна, професор, д.е.н., Латвійський університет, Латвія.

Михайло Фабущ, проректор із закордонних зв'язків, Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, PhD, Словаччина.

Богуслав Бліхарський, віце президент громадської організації «Nasz Dom», Польща.

Надія Дубровіна, координатор міжнародних проєктів, Вища школа економіки, менеджменту і публічного адміністрування, к.е.н., PhD з фінансів, Словаччина.

Лазло Вертеші, доцент, Будапештський університет технологій та економіки, PhD з економічних наук, PhD з юридичних наук, Угорщина.

Георгій Іоффе, президент асоціації «Міжнародний науково-освітній траст», Україна.

Яцек Новак, член громадської організації «Silk Road», к.е.н., PhD, Польща.

Девід Кайла, заступник декана факультету права, економіки та управління, Університет Анже, PhD, Франція.

Костадин Коларов, директор Інституту підприємництва, Університет національної та світової економіки, PhD, доцент, Болгарія.

Модератор: Іріна Колупаєва, д.е.н., професор кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою

Секретар: Олена Мурзабулатова, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kharkiv National University of Radio Electronics
Ukrainian Association for Management Development and Business Education
Narkhoz University, Kazakhstan
Belarusian National Technical University, Belarus
University of Latvia, Latvia
Higher School of Economics, Management and Public Administration, Slovakia
Public organization «Nasz Dom», Poland
Budapest University of Technology and Economics, Hungary
International Institute of Innovative Educational Technologies
International Scientific and Educational Trust Association
Non-governmental organization «Silk Road», Poland
University of Angers, France
University of National and World Economy, Bulgaria

MEMBERS OF THE CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE

Valerii Semenets, Rector Kharkiv National University of Radio Electronics, Doctor of Technical Sciences, Professor, Ukraine.

Tetiana Polozova, Head of Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, Kharkiv National University of Radio Electronics, D.Sc. in Economics, Professor, Ukraine.

Lyudmyla Gorokhova, Director of Ukrainian Association for Management Development and Business Education, Ukraine.

Maigul Nugmanova, Director of Gender Economics Center, Narxoz University, PhD in Economics, Republic of Kazakhstan.

Kseniya Yakushenko, Head of «Marketing» Department, Belarusian National Technical University, PhD in Economics, Associate Professor, Belarus.

Valeriia Prokopenko, Director International Institute of Innovative Educational Technologies, D.Sc. in Economics, Professor, Ukraine.

Nadiia Bielikova, The National Academy of Sciences of Ukraine, Research Center for Industrial Problems of Development, Ukraine.

Baiba Šavriņa, University of Latvia, Dr.Sc. in Economics, Professor, Latvia.

Ing. **Michal Fabuš**, Vice-rector for Foreign Affairs, PhD, School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, Slovakia.

Boguslaw Blicharski, Vice-president NGO «Nasz Dom», Poland.

Nadiya Dubrovina, Associate Professor, Csc., PhD, Department of Economics and Finance, School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, Slovakia.

Dr. habil **László Vértesy**, PhD jur, PhD oec, Associate Professor, Budapest University of Technology and Economics, Hungary.

Georgii Ioffe, President Association «International Scientific and Educational Trust», Ukraine.

Jacek Nowak, PhD, Organization «Silk Road», Poland.

David Cayla, PhD, Associate Professor of Economics and Vice-Dean of the Faculty of Law, Economics and Management at Angers University, France.

Kostadin Kolarov, PhD, Associate Professor, Director Institute of Entrepreneurship University of National and World Economy, Bulgaria

Moderator: Irina Kolupaieva, Doctor of Economics Sciences, Professor Department of Economic Cybernetics and Economic Security Management

Secretary: Olena Murzabutova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Department of Economic Cybernetics and Economic Security Management

ЗМІСТ

<i>David Cayla</i> COVID-19... AND WHAT'S NEXT? AN INTRODUCTION TO POPULISM AND NEOLIBERALISM.....	12
<i>Geseleva N., Yarmolenko A.</i> THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE DEVELOPMENT ON THE UKRAINIAN LABOUR MARKET.....	18
<i>David Elie GOHI</i> IMPORTANCE AND APPROACH TO CORPORATE RISK MANAGEMENT.....	22
<i>Kolupaieva I. V., Tsokota Viktoriia</i> DIGITAL TRANSFORMATION: CHALLENGES FOR BUSINESS AND THE STATE.....	25
<i>Polozova T. V., Nicola Jennifer John Elia</i> THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY.....	29
<i>Sheiko I., Storozhenko O. V.</i> UKRAINE AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES: PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT AGAINST THE COVID-19 PANDEMIC.....	33
<i>Veriasova G. M., Ijenwagy G. O.</i> EUROPEAN DIGITAL MARKET: LESSONS FOR UKRAINE.....	38
<i>László Vértesy, Valéria Széplaki</i> FEATURES OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS.....	43
<i>Бестужева С. В., Луценко Л. В.</i> РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	50
<i>Бровко О. В.</i> ДЕРЖАВНА СЛУЖБА: ПОНЯТТЯ, ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ.....	54
<i>Геселева Н. В., Мельник А. Ю.</i> ІНТЕРНЕТ ТОРГІВЛЯ ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	57
<i>Геселева Н. В., Піна Т. М.</i> ВПЛИВ КОЛИВАННЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА СТАН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	62
<i>Готовцева Е. А., Малайчук О. А.</i> МОДЕЛІ ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ ПРИ ПРОДВИЖЕННІ СТРАТЕГІЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ.....	67
<i>Гришко С. В., Єфіміна О. О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ.....	71
<i>Гришко С. В., Котиця О. О.</i> МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ.....	76
<i>Гришко С. В., Савченко Д. Ю.</i> МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЦЕНТРУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ.....	79
<i>Горобинська М. В., Сироватська К. С.</i> ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ІТ-КОМПАНІЇ.....	82

<i>Гузенко Д. В.</i>	
МОДЕРНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	86
<i>Діденко Є. В.</i>	
МОДЕЛЬ ПРОСУВАННЯ КРУЇЗНИХ ТУРІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ	91
<i>Діденко Є. В., Бабаєв Р.</i>	
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	96
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ.....	99
<i>Довгопол Н. В., Ігуменцева Н. В.</i>	
НЕПАРАМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО ПРОТИКОРОНАВІРУСНОЇ ВАКЦИНАЦІЇ.....	104
<i>Іванова В. Б., Бузецька К. І.</i>	
ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ	108
<i>Іванова В. Б., Давіденко А. І.</i>	
ІНСТРУМЕНТИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ	113
<i>Іванова В. Б., Литвинова А. В.</i>	
ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА: ХАРАКТЕРНІ РИСИ	118
<i>Іванова В. Б., Петренко М. А.</i>	
ГОЛОВНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ	122
<i>Іващенко Г. А., Куцевол В. О.</i>	
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	127
<i>Іващенко Г. А., Рожнова Т. Ю.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	132
<i>Іващенко Г. А., Хівренко О. А.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	136
<i>Карпенко Ю. В., Пєнова А. І.</i>	
ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	140
<i>Кирий В. В., Мірошніченко Д. Д.</i>	
ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	144
<i>Кирий В. В., Шелефонтьюк В. Р.</i>	
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ.....	148
<i>Кирий В. В., Шемшюра В. А.</i>	
ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....	152
<i>Кішинський Н. В.</i>	
ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	157
<i>Колупаєва І. В., Ткаченко А. Г.</i>	
ЕКОНОМІЧНА СУТЬ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	161

<i>Костін Ю. Д., Буркан Є. А.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	165
<i>Костин Ю. Д., Костин Д. Ю.</i>	
КЛАСТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТАРИФОВ НА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ.....	168
<i>Кузнецова І. О., Горбатюк В. В.</i>	
СУЧАСНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	173
<i>Курденко О. В., Холодков О. А.</i>	
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ.....	178
<i>Курденко О. В., Салай М. В.</i>	
ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК ГАЛЬМО ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	183
<i>Ліпницька М. В., Удовиченко О. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	188
<i>Лісеній Є. В., Бондаренко А. В.</i>	
ВІРТУАЛЬНА ТОРГІВЛЯ ЯК ОЗНАКА ПРОГРЕСИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	193
<i>Лісеній Є. В., Ільченко А. А.</i>	
РЕКЛАМА В INSTAGRAM.....	197
<i>Мільчева В. В.</i>	
СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АПК.....	201
<i>Можайкіна Н. В., Мамічева А. Д.</i>	
СВІТОВИЙ РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	205
<i>Мозгова Г. В., Петренко К. В.</i>	
ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	208
<i>Мурзабулатова О. В.</i>	
УМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ.....	211
<i>Мурзабулатова О. В., Абдулаєв Акбар Ібадулла огли</i>	
РОЛЬ І МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	216
<i>Мусієнко В. О., Вадіянц А. Р.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....	221
<i>Мусієнко В. О., Зінченко М. Е.</i>	
РЕСУРСИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ХХІ СТОЛІТТЯ.....	225
<i>Мусієнко В.О., Шапошник Б. В.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	229
<i>Нугманова Майгуль</i>	
ГЕНДЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ДОСТУПА К ДОСТОЙНОМУ ТРУДУ И ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ УСЛУГ ПО УХОДУ.....	233
<i>Овсяченко Ю. В., Пересада Е. В.</i>	
АВТОМАТИЗАЦІЯ СИСТЕМ СИТУАЦІОННОГО УПРАВЛІННЯ.....	238
<i>Пархоменко Н. О., Первушина О. О.</i>	
ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	243

<i>Перепелюкова О. В., Красільнікова Д. П.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ.....	247
<i>Пересада О. В.</i>	
ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	251
<i>Петряєва З. Ф., Лабзєв О. Ю.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЮ ТАЄМНИЦЕЮ.....	255
<i>Полозова Т. В., Ал-Касєасбєх Ахмад Закарія Саламєх</i>	
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	259
<i>Полозова Т. В., Алзубі Лайт</i>	
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	262
<i>Полозова Т. В., Кисліченко А. П.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	265
<i>Полозова Т. В., Куценко Ю. А.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	268
<i>Полозова Т.В., Обєїд Лара Ходор</i>	
НАПРЯМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	272
<i>Полозова Т.В., Рабєєх Мохаммед Рїдха Салман</i>	
ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	276
<i>Полозова Т. В., Самков В. В.</i>	
ЕКОНОМІЧНА СУТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....	279
<i>Пономарьєв С. В.</i>	
МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЕНЕРГОКОМПАНІЇ.....	284
<i>Прибыльнова И. Б., Прибыльнов А. А.</i>	
МОДЕЛИРОВАНИЕ БЛОКА «УЧЕТ БРАКА» НА БАЗЕ CRM-СИСТЕМЫ SALES CREATIO.....	287
<i>Прокопенко В. Ю., Джаїн Джонні</i>	
КРЕАТИВНІСТЬ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ.....	291
<i>Ругалева И. Е., Сокольчик А. В.</i>	
НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ ПОДХОД В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	294
<i>Русїнова А. О.</i>	
ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА».....	299
<i>Синїговець О. М.</i>	
РОЗВИТОК ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СТАНОВЛЕННІ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....	303
<i>Соколова Л. В., Зїнченко М. Е.</i>	
ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	307
<i>Соколова Л.В., Колїсник О. В.</i>	
ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	311

<i>Соколова Л. В., Литвинова А. В.</i>	
ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	315
<i>Соколова Л. В., Огородник В. А.</i>	
КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	319
<i>Соколова Л. В., Шапошник Б. В.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	323
<i>Степаненко С. В., Гулюк О. І.</i>	
ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ.....	326
<i>Степанова О. В.</i>	
АЛГОРИТМ ОЦІНКИ І РАНЖУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ.....	331
<i>Солодкий В. С.</i>	
СИСТЕМА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ.....	335
<i>Стороженко О. В., Овсієнко В. С.</i>	
ВПЛИВ ІТ-ГАЛУЗІ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ.....	340
<i>Стороженко О. В., Ткаченко Є. Л.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ІТ-СЕКТОРУ В УКРАЇНІ.....	344
<i>Стороженко О. В., Худаєва С. А.</i>	
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ХІРУРГІЧНИХ МЕТОДІВ ЛІКУВАННЯ В УМОВАХ ПРИВАТНОЇ МЕДИЦИНИ.....	347
<i>Стороженко О. В., Шашко О. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	351
<i>Тохтамыш Н. І., Альхьярі Амер Махмуд Алі</i>	
СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЄКТІВ.....	355
<i>Тулуш Л. Д., Зінчук Л. М.</i>	
ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ.....	360
<i>Якушенко К. В.</i>	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ.....	367
<i>Яремчук І. В.</i>	
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ.....	371

David Cayla,
PhD, Associate Professor of Economics
and Vice-Dean of the Faculty of Law,
Economics and Management at Angers University

COVID-19... AND WHAT'S NEXT?

AN INTRODUCTION TO POPULISM AND NEOLIBERALISM

Our world is the consequence of past decisions; tomorrow's world will be the product of the decisions we make today. But how are these decisions made? How can we consider at one time that a good economic policy is based on free trade, while at other times it was considered vital to give generous subsidies to domestic exporters or to protect the economy from international competition?

Most researchers and academics believe in the power of ideas. In 1944, the Austrian-born economist Friedrich Hayek expressed a paradoxical feeling on this subject: «a change of ideas, and the force of human will, have made the world what it is now». But he adds immediately: «though men did not foresee the results» (Hayek 1944, p. 12). The ideas that lead the world do so without knowing where they are going, like a blind man. And, like the blind man, they sometimes collide with concrete reality, with the occurrence of unforeseen crises. They are then forced to change direction, sometimes abruptly, under the influence of other ideas which seem more innovative. American economist Milton Friedman described these phases of ideological change as follows:

There is enormous inertia – a tyranny of the status quo – in private and especially governmental arrangements. Only a crisis – actual or perceived – produces real change. When that crisis occurs, the actions that are taken depend on the ideas that are lying around. That, I believe, is our basic function: to develop alternatives to existing policies, to keep them alive and available until the politically impossible becomes politically inevitable (Friedman 1982).

Ideas vary in economic policy, but they don't necessarily do so according to the progress of scientific knowledge. This is because economics is a complex discipline, which never provides a single solution to a particular issue. Moreover, these solutions have to be implemented on the basis on circumstances, says Rodrik (2015). It can even be argued that all proposals made by economists must be subject to social arbitration, for there is no economic policy measure that does not contradict at least one particular interest. Therefore, in democracies, the only policies that can be pursued are those that are considered good by a large part of the public. Economics is essentially political. Well aware of this, Friedman and Hayek both put a lot of effort into defending their ideas, not only academically but also in the public arena.

Forty years after the so-called «neoliberal» revolution, we are going through a major sanitary and economic crisis which may finally mark the end of the prevalence of Hayek and Friedman's ideas. To avoid economic collapse, many governments were forced to partially substitute for the private sector. For a few months, the economies of some countries were partly driven and financed by the public sector. Trade contracted sharply and the usual rules of capitalism were suspended. The financial sector, previously supported by very accommodating monetary policies after the 2008 financial crisis embarked on new and extensive buyback programs to lower the funding costs for the entire economy¹.

What kind of world is unfolding before our eye? It is certainly not the one Friedman and Hayek dreamed of. Nor is it the Soviet socialism they both feared so much. It is a world in which the state and the central banks have become the global firefighters of the capitalist system, choosing to pour out an impressive amount of money in the hope of avoiding a major fire.

Is it now the time of the return of the state in the economy? For the economist Olivier Passet, it is exactly the contrary.

¹ In March, the European Central Bank announces a new asset purchase programme for a total of €750 billion. In April, the US Federal Reserve announces a similar project with a ceiling of \$2,300 billion. Finally, in June, the Bank of England extended its support programme, initiated in the wake of the 2008 crisis, by £300 billion.

Just what kind of return are we talking about? For the state to return, it would need to have disappeared. This is not the case. There has been a shift over several decades. The producer state has certainly regressed. So has the investor state. The redistributing state has also been challenged to varying degrees in different countries. But overall, the OECD governments have not retreated in financial terms. Almost everywhere, they have been given the role of facilitator of business and major final insurer of economic risks, which has gone from strength to strength. It is this insurance function, in its various forms, that has taken precedence over all others for years (Passet 2020).

The state's insurance function is not new, explains Passet. And it is in no way incompatible with the withdrawal of the state's productive functions. The return of the state into the economy is therefore, for the time being, a mere *trompe-l'oeil*. It finances without controlling, if at all, and without engaging in real strategic coordination of productive action.

The crisis is still ahead of us and we can legitimately wonder what will happen to the world once the strictly health-related episode is over. Will we face economic and financial chaos that will make the 2008 financial crisis look like «child's play» (Farrer 2020)? This is the opinion of economist Nouriel Roubini (2020), who believes that the coronavirus crisis hit a world economy which was already scarred by deep structural imbalances. These imbalances, whether economic, financial or political, are likely to be reinforced by this crisis, he believes and the 2020s may turn into a decade of depression.

Although crises are often opportunities to change ideas and push political action towards new directions, there is no proof that they are enough. Indeed, ideas must be «lying around», to use Friedman's formula. But it is these ideas that are missing. There is therefore every reason to fear that routine and the «tyranny of the status quo» will prevail. Everyone may find some confirmation of their own beliefs in the moment we are experiencing explains economist Dani Rodrik: «In short, Covid-19 may well not alter – much less reverse – tendencies evident before the crisis.

Neoliberalism will continue its slow death. Populist autocrats will become even more authoritarian. Hyper-globalisation will remain on the defensive as nation-states reclaim policy space» (Rodrik 2020).

In addition to the lack of new ideas, what exactly to change and how to do it, the political situations in many countries do not favour a radical overhaul of public policies. The management of the 2007-2008 crisis, as well as the sharp rise in inequality that most countries experience since the 1980s, has led to a deep mistrust among a section of the population that has resulted in the emergence of populist forces and broad social protest movements. The turn that the political debate has taken since then is not conducive to a thorough rethinking and rebuilding of societies. Instead, populism generates sterile opposition against elites accused of betraying the people and against minorities or foreign populations. Populism is also an «identitarianism». It seeks to rehabilitate popular cultures and identities in response to representations and social hierarchies that fail to give them the consideration they expect.

But populism cannot be reduced to its political dimension. It is, more fundamentally, the expression of a social disorder. The vote for the Brexit and the election of Donald Trump are sometimes considered the most striking populist events of recent years. That is forgetting that populist movements took root in many countries long before they reached the Anglo-Saxon world. Central Europe was, in the early 2010s, the laboratory of a form of populism that managed to gain and maintain power. In Southern Europe, a specific form of populism emerged, shaped by social issues and the Eurozone crisis. In Turkey, Russia and the Philippines, populism has taken an authoritarian dimension that challenges civil rights and democracy itself. The list is long: the key point is that populism, although fairly easy to identify, is embodied politically and socially in very diverse ways. Moreover, its causes are not always clear, and no consensus can be found among those who study it.

I wish to explore the link between populism and neoliberalism. This idea is not new. Most authors who have studied populism connect it to the economic disarray

that the working classes have fallen into. What is more debatable, however, is the nature of the relationship between these two phenomena. In order to characterise it, it is necessary to delve deeper into the origin of the different forms of populism and to understand what it is that unites them despite the apparent heterogeneity of their agendas. It is also essential to clearly define what neoliberalism stands for. Is it a simple «market fundamentalism» as the Nobel Prize winner in economics Joseph Stiglitz claims? If that is all there is, then the global economy has already emerged from neoliberalism since states have already intervened massively to rescue markets.

No one seriously believes in the perfection of markets any more. Everyone now accepts that markets need public institutions to function and, on occasion, strong support from public authorities to rescue them from chaos. But if neoliberalism is not simply market fundamentalism, how shall it be defined and characterised precisely?

I wish to defend two main arguments. The first one is that the roots of populism lie first and foremost in the feeling of mistrust that people feel towards a powerless political structure. Moreover, if politics have become impotent, it is mainly because its ability to act in the economic sphere has been taken away. In the name of free competition and free trade, many levers of action have been deactivated by competitive markets in favour of regulation. The state has thus gradually resigned from its role as a producer and economic regulator in favour of merely preserving and repairing the market order. Neoliberalism is not market fundamentalism because it does not rest on the perfection and autonomy of markets. That is why it puts the state at its service.

The second thesis that I wish to defend is that neoliberalism is now deeply embedded in the representations of most economists, including those who claim to oppose a «neoliberalism» conceived as market fundamentalism. As former Harvard University president Lawrence Summers acknowledges, almost all economists have now become Friedmanian². Contemporary economics does not buy into the myth that

² «Not so long ago, we were all Keynesians. («I am a Keynesian,» Richard Nixon famously said in 1971.) Equally, any honest Democrat will admit that we are now all Friedmanites. Mr. Friedman, who died last week at 94, never held elected office but he has had more influence on economic policy as it is practiced around the world today than any other modern figure» (Summers 2006).

markets are perfect, rather that they are an imperative necessity. Indeed, it has totally ceased to question the relevance of the market's mechanisms. According to this view, all economic issues can be reduced to problems of allocating scarce resources and markets, when they function well, are the most efficient instruments available for allocating these resources. The problem is that this conception of economics is extremely simplistic, and that economic science has systematically failed – despite investing a lot of energy into it – to demonstrate that markets are efficient devices for doing what is expected from them. The result is a profound bias in most contemporary economic analysis that stands in the way of the emergence of new ideas.

References

1. FARRER, Martin (2020), «Coronavirus credit crunch could make 2008 look like 'child's play'», *The Guardian*, Mar. 20, 2020, online.
2. FRIEDMAN, Milton (1982) [2002], «Preface, 1982», in *Capitalism and Freedom*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
3. HAYEK, Friedrich (1944) [2001], *The Road to Serfdom*. London: Routledge Classics.
4. PASSET, Olivier (2020), «Du trop d'État à l'État démissionnaire», Xerfi Canal, Apr. 28, 2020, online.
5. RODRIK, Dani (2015), *Economics Rules: The Rights and Wrongs of the Dismal Science*. New-York, NY: Norton & Company, Inc.
6. RODRIK, Dani (2020), «Will Covid-19 remake the world?», *Project Syndicate*, Apr. 4, 2020, online.
7. ROUBINI, Nouriel (2020), «The coming Greater Depression of the 2020s», *Project Syndicate*, Mar. 28, 2020, online.
8. SUMMERS, Lawrence H. (2006), «The Great Liberator», *The New York Times*, Nov. 19, 2006, online.

Geseleva N.,

*PhD, Associate Professor of Department
of Digital Economy and System Analysis,
Kyiv National University of Trade and Economics*

Yarmolenko A.,

*Student,
Kyiv National University of Trade and Economics,*

THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE DEVELOPMENT ON THE UKRAINIAN LABOUR MARKET

Global trends in information technology are a powerful force that is changing society and the work environment. Changes in the balance of power in the economy entail a redistribution of energy, material wealth, competitive advantage, and opportunities around the world and innovations, new business models, and scarcity of resources that affect all spheres of life. The rapidly evolving automation, robotics, and artificial intelligence are significantly changing the quality and quantity of jobs available. Technologies can make our lives easier, increase the productivity level and life expectancy, and allow us to focus on personal self-realization. The potential impact of digital technology and artificial intelligence on the labour market is endless. That already plays a leading role in the development of the labour market, ensuring an efficient balance between qualifications and employers, capital and investors, consumers, and sellers. Digital technologies underlie the production and sales chain; participate in the processes of commercialization and automation of office support [1].

Artificial intelligence (AI) is an integral part of a growing number of industries and one of the essential tools for their transformation and strengthening. As of the end of 2018, only a third of the world's largest companies have taken steps to implement AI technologies. However, today more and more companies of different

sizes are actively investing in innovation and exploring new opportunities to use AI in various business processes. The growth of AI in all industries today shows how fast it is gaining momentum, even in traditionally conservative areas, and how quickly it is changing the existing business landscape. According to the 2018 Global Forecast [2] AI is projected to grow about 26.1% of China's GDP in 2030, 14, 5% of North American GDP, and 13.6% of UAE GDP. The use of AI in technology, media, and telecommunications will increase global GDP in 2030 by 12.5% - 5.5% of productivity-related growth and 7% of product improvement profits.

This development of the world market of technology and labour was predicted in 1942 by economist Josef Schumpeter. He described the process of constant economic change as creative destruction, which leads to qualitative changes in the system of the economy from within through the discovery of new resources, markets, or technologies [3]. In the process of creative destruction, invented innovations create new ways of production, and destroy the value of existing companies or industries. In other words, Schumpeter explained that the price of stable economic growth and progress is the stagnation and decline of companies, industries, professions that are unable to compete with more productive market participants or technologies. Therefore, despite its potential to optimize the work of many industries, AI can replace human labour in some areas. The machine and telecommunications industries around the world will reduce their workforce over the next three years due to the introduction of AI technology. However, infrastructure, professional services, and high-tech industries have to increase human resources with the introduction of AI technology over the same period.

This process underscores the somewhat polarizing effect of AI on people's work. In some areas, AI implementation significantly speeds up processes and minimizes human errors, leading to the replacement of human labour. While in others, AI creates new hybrid roles where people turn on machines, and AI increases human capabilities. With the introduction of new automated technologies, the need for a large number of low-skilled workers and middle management is reduced, as more qualified personnel are needed to monitor automated activities and analyze their

results. To explore the prospects for the development of AI in Ukraine, a correlation analysis of indicators and projected values of world AI income and unemployment in Ukraine during 2015-2024 was conducted based on the Statista world Analysis and Index Minfin Ukraine. [4, 5, 6]. The obtained correlation coefficient ($K = -0.558$) demonstrates inverse relationship. That is, the development of AI significantly affects the level of employment (Fig. 1). In Ukraine, the introduction of artificial intelligence in the economic and social activities of the country is artificially slow. The experience of highly developed countries shows that the introduction of high technology leads to more intensive economic development by increasing the added value of the final product. However, in our country, a significant share of GDP is outdated the agro-industrial complex.

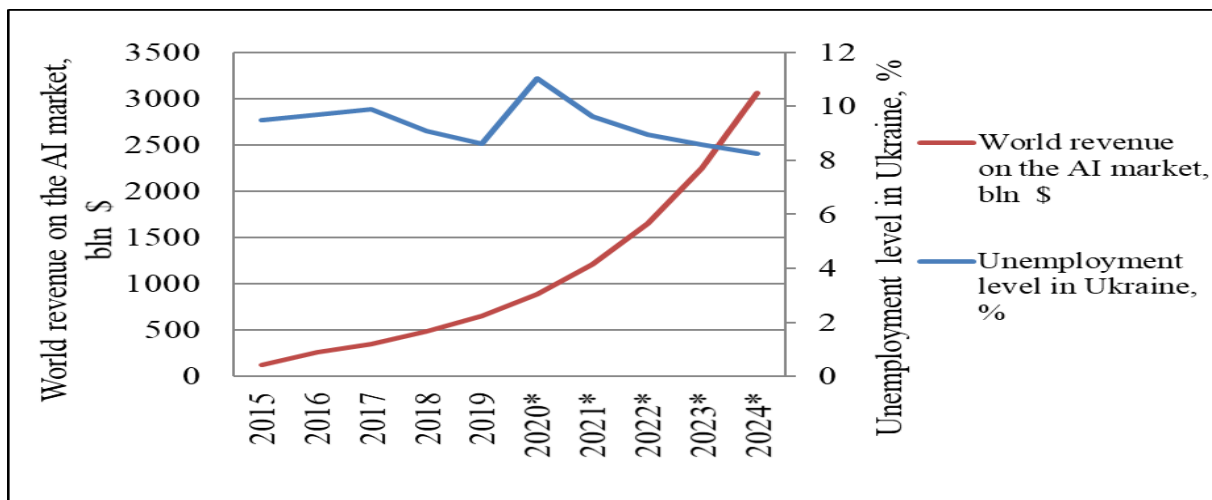


Figure 1 – Dynamics of world AI income and unemployment rate in Ukraine during 2015-2024 year

Speaking about the tasks of the reorganization of the labour market in Ukraine through the introduction of AI in production, it is necessary to determine the possible positive dynamics. During this year, the Ministry and Committee of Digital Transformation developed a concept of AI development in Ukraine, which describes the need for its implementation in the Ukrainian economy. The main objectives of the concept are the introduction of AI technologies in the economy, public administration, defense, and other areas to ensure the long-term competitiveness of Ukraine in international markets. By promoting the dissemination and improvement of the level and quality of research in the field of AI; raising the level of professional

training of specialists to provide AI technologies with qualified personnel, bringing the legislation of Ukraine in the field of AI technology in line with international regulations [7]. Thus, Ukraine has all the prerequisites for creating a dynamic and efficient labour market together with the introduction of new technologies. For the stable development of the country, it is necessary to implement the concept of AI development in Ukraine, in general, to create an effective administration that will work for the benefit of their country and have the political will to reform the country. Regulatory, legal, and financial support of the government will contribute to the solution of socio-economic problems, dynamic development of priority sectors of the economy, improvement of production processes and training of necessary specialists, the formation of a highly qualified labour market.

References

1. Майбутнє ринку праці 2018. *PwC Ukraine*: [site] URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf>.
2. Worldwide artificial intelligence market growth 2019-2025. *Statista*: [site] URL: <https://www.statista.com/statistics/607960/worldwide-artificial-intelligence-market-growth/>
3. Schumpeter J. *Capitalism, Socialism and Democracy*: monograph. USA, 1994. 460 p.
4. Worldwide artificial intelligence market revenue 2015-2024 *Statista*: [site] URL: <https://www.statista.com/statistics/621035/worldwide-artificial-intelligence-market-revenue/>
5. [site] URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/>
6. Unemployment rate forecast – Country rankings 1980-2024. *TheGlobalEconomy.com* [site] URL: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/unemployment_outlook/
7. Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні 2020-2030 роки. *Ministry and Committee of Digital Transformation of Ukraine*: [site] URL: <https://thedigital.gov.ua/news/doluchaytes-do-obgovorennya-kontseptsii-rozvitku-sferi-shtuchnogo-intelektu-v-ukraini>

David Elie GOHI,

Student,

Kharkiv National University of Radio Electronics

IMPORTANCE AND APPROACH TO CORPORATE RISK MANAGEMENT

Nowadays with the modernization and evolution of technology, we are witnessing the emergence of many companies having for objective longevity and profitability. However, the creation and maintenance of its companies on the market requires many risks. These risks, if they are not anticipated and properly addressed, can jeopardize the sustainability of the company. Any business faces risks that could pose threats to its success. Faced with these major concerns for companies, the concept of risk management therefore comes into play. What is the stake of this theme for a company? How is it going? In our work, we will try to provide answers to these questions in order to understand the importance of risk management in a company.

Risk is defined as the probability of an event and its consequences. Risk management is the use of processes, methods and tools to manage these risks. Corporate risk management, also called ERM (Enterprise Risk Management), is a management system intended to have sufficient relevant information to ensure that the implicit objectives (compliance with laws, sustainability of the company) and explicit (Strategy, KPI, etc.) will be achieved. Its purpose is to ensure that the risks to which the company is exposed are acceptable for management [1].

Risk management in a company makes it possible to anticipate events, to identify and optimize the means of prevention as well as the corrective actions with the aim of reducing the effect of the risk if it occurs, while identifying the opportunities that arise. might show up.

Risk management is based on what are usually called 3 lines of control, namely operational, internal control and audit [2].

For a risk, which is a future event that could prevent the achievement of the company's objectives, to be maintained at an acceptable level by management, it is essential to carry out several actions:

– it is above all necessary to identify the risks. Risk identification involves identifying potential events that could prevent the achievement of business objectives. This implies that the explicit and implicit objectives of the company are identified and quantified. The main difficulty to be overcome concerns the fact that risk is a future event, which is not always to the liking of management who likes the real, the concrete and the present. The establishment of a professional method of identification of risks allows a constructive and unifying dialogue to be set up within the company;

– you have to assess the risks. Risk assessment helps prioritize each risk along two axes: impact and probability. Prioritization requires the prior definition of an impact grid and a probability grid making it possible to quantify each of the two axes. Some risks can be calculated on the basis of a history; which insurers do before accepting to insure a risk. Other events for which there is no historical data are simply assessed in the most objective way possible. The link between the risk assessment and the objective or objectives which it could prevent the achievement of must never be lost sight of, especially since the impacts of an event can be multiple;

– risk management in business ensures that risk reduction measures are put in place, which can take various forms. We will rely on the 4Ts which are risk treatment (Treat), risk acceptance (Take), risk transfer (Transfer) or stopping the risk generating activity (Terminate) [3];

– after setting up the risk, it will now need to be treated. Risk treatment is intended to reduce the impact and / or likelihood of the risk. The risk treatment resources generally implemented fall within the strengthening, of the establishment of an internal control system and the management of activity and processes. Insurance is often considered as a means of risk transfer whereas it is preferable to consider it as a means of reducing the impact of the risk, as a means of dealing with risk;

– accept; risk acceptance consists for management in accepting the risk as it is. Certain risks directly linked to the activity of the company whose level of probability is reduced to the strict minimum but whose impact is catastrophic should be classified in the category of accepted risks. This applies for example to the risk of accident in air or rail transport or to the risk of a nuclear accident;

– to transfer; The transfer of risk consists of transferring it to a third party. This is the case, for example, for a customer receivable which can be sold to a third party, responsible for collecting this receivable. The transfer of risk to suppliers, which is often invoked, is proving to be more and more uncertain given the changes in legislation relating to the responsibility of the principal;

– finish Stopping risk-generating activity can be approached in two ways. Either the company decides to stop the activity altogether, for example by withdrawing from a country where it would not be able to achieve its «business model», or it decides to reduce the level of its objectives, which makes it possible to very quickly reduce the level of exposure to a risk. All these risk reduction actions are generally the subject of action plans or decision statements;

– check the effectiveness of risk reduction measures. Company risk management ensures that the effectiveness of risk reduction measures is verified, resulting in the following actions:

- 1) ensure the progress and effectiveness of action plans;
- 2) effective management of the company's activity in terms of effectiveness and efficiency;
- 3) self-assessment by management of risk control systems;
- 4) internal audit and / or external audit;
- 5) certifications.

At the end of this work, let us remember that risk is inherent in the business and closely linked to the creation of value. Indeed, when a company wants to launch a new product or service, it is confronted with unknown parameters and uncertainties. Managing these risks must therefore be a central part of the strategic management of any business. Thus, the company will be able to identify and address the risks to which it is exposed and in doing so increases the probability of successfully achieving the assigned objectives.

References

1. Håkan Jankensgård, (March 2019), A theory of enterprise risk management
2. DCU Risk & Compliance Officer (November 2015) Introduction to Risk Management (Theory & Practice).
3. URL: <http://emc2p.com/management-entreprise/la-gestion-des-risques-en-entreprise>.

Kolupaieva I. V.,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radio Electronics

Tsokota V.R.,
PhD in Psychological Sciences,
Researcher of The Laboratory of Crisis and Disasters Psychology
National University of Civil Defence of Ukraine

DIGITAL TRANSFORMATION: CHALLENGES FOR BUSINESS AND THE STATE

Digital technologies, which are gaining recently, are rapidly changing the quality of life of people and opening new opportunities for a business. Artificial intelligence is becoming a key to build an open and democratic society. The PricewaterhouseCoopers (PwC) study found that global GDP could grow to 14% by 2030 as a result of the development of artificial intelligence [1].

Digital instruments became especially relevant in 2020 during the pandemic (table 1). The crisis caused by the COVID-19 pandemic has become a significant catalyst for the spread of digital technologies around the world, including in Ukraine. The digital format of business process organization has solved a significant range of problems facing business, education and government in the economic and social spheres.

Table 1 – Usage of digital technologies triggered by COVID-19 (examples)

Area of usage	Percent increase
Facebook Messenger	50 %
Facebook Video calling	100 %
Video conference Zoom	300 %

Source: Analysys Mason, 2020

According to a Deloitte research, Ukrainian businesses identified the following major problems caused by the pandemic: decreasing sales and cash flow (61%), inability to serve consumers / customers (52%) and inability to continue normal business management (46%) [2]. 82 % of companies that invested in technology 2-3 years ago, have already received financial returns from such investments [3]. It also helps to expand sales outside the country. The use of digital technologies allows you to implement remote work, develop new forms of distance work with business process participants, which is especially relevant during the COVID-19 pandemic.

However, in Ukraine insufficient attention is paid to the development of artificial intelligence. Success in this area belongs to private initiatives, which slows down digitalization and does not ensure effective integration of Ukraine into European society.

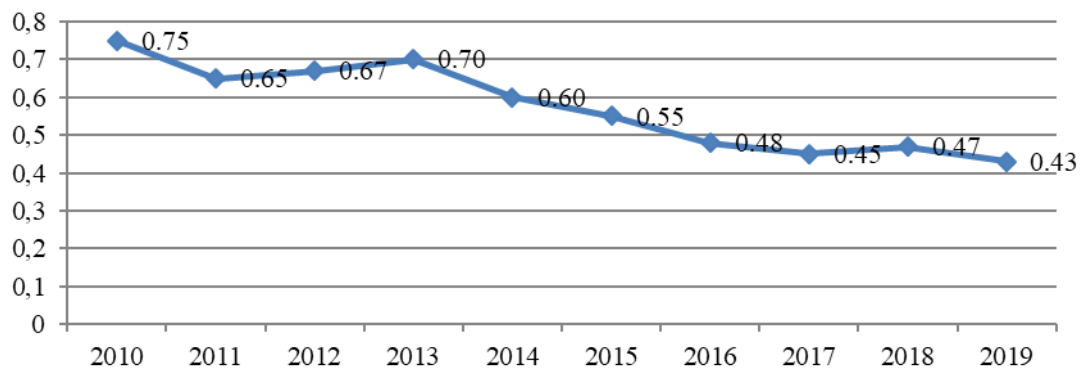


Figure 1 – Government spending on research and development, % of GDP

Source: constructed by the authors according to the data <http://www.ukrstat.gov.ua>

The data in Figure 1 show a reduction in government spending on research and development in Ukraine since 2013, despite the fact that their level was not too high. As of 2019, research expenditures in Ukraine was 0.43 % of GDP, which is significantly less than in European countries (Fig. 2).

In order to implement the basic principles of the development of artificial intelligence technologies in Ukraine, the Ministry of Digital Transformation in Ukraine in May 2020 presented for discussion the Concept of the development of artificial intelligence in Ukraine, which is being discussed.

In particular, in 2019, a significant digitalization of public services for citizens and businesses began through online platforms, which is an important step in building

a smart state. The introduction of such technologies helps to improve the quality of personalized services, as well as save time on information processing and ensuring democratic principles of the state. The government also plans to increase the share of the IT-sector to 10% of GDP [4].

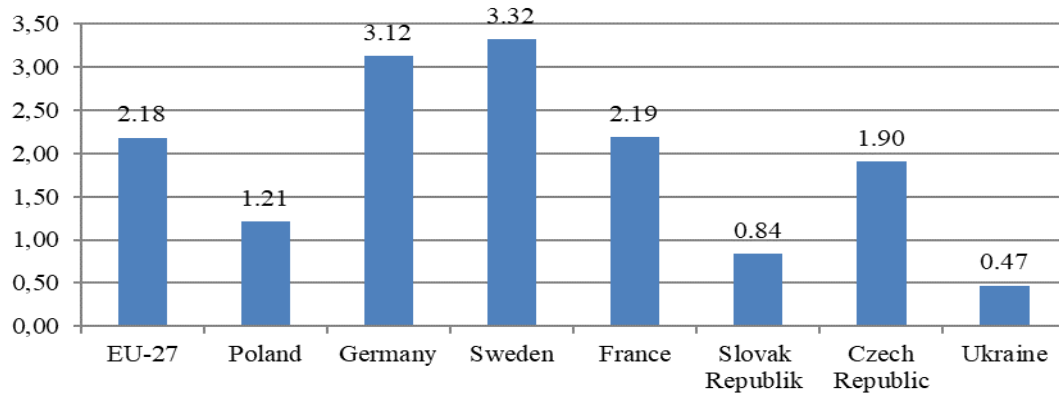


Figure 2 – Government spending on research and development in 2018, % of GDP

Source: constructed by the authors according to the data <https://ec.europa.eu/>

However, presented steps are not enough to ensure the competitiveness of the economy. The rights for the development of technologies, which are carried out by Ukrainian specialists in the field of artificial intelligence, mostly belong to other countries. And in the context of globalization, such situation reduces the competitiveness of the state and its leadership positions. Obviously, the further development of artificial intelligence and the creation of digital platforms require significant government support.

In this situation, not only government spending but also other leverages of regulatory policy need to be taken into account. Thus, an effective tool of regulatory policy of the state can be fiscal leverages (tax benefits, privileges), which must be introduced for enterprises whose activities are aimed at developing artificial intelligence and building digital platforms for business and the population.

The costs of technical education, which directly affects the ability of Ukrainians to compete in the technology market, deserve significant attention from the state.

It will be appropriate to take into account the European experience. This year, the European Commission has presented a strategy on artificial intelligence, which

sets the main goal – to strengthen the technological and industrial capabilities of the EU with its application in various sectors of the economy, providing «appropriate ethical and legal framework» and preparing for socio-economic change. Measures of European countries indicate serious approaches to this issue, and also high competition in the market. Regarding the Concept of artificial intelligence development in Ukraine, it is important to take into account the European experience in determining the directions of encouraging business and the population to implement artificial intelligence and cooperation in building a digital environment.

Thus, the digitalization of the economic sphere provides new opportunities for business development, ensures the development of human capital and competitiveness of the state. Therefore, public authorities must play a crucial role in the formation and development of digital technologies in order to ensure a transparent and efficient decision-making process, as well as to overcome the crisis caused by the pandemic.

References

1. Sizing the prize What's the real value of AI for your business and how can you capitalise? URL: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/analytics/assets/pwc-ai-analysis-sizing-the-prize-report.pdf>

2. Research by the American Chamber of Commerce in Ukraine and Deloitte in Ukraine. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2020/acc-and-deloitte-covid19-research.html>.

3. Artificial Intelligence: how innovative technologies change approaches to optimizing key business processes. URL: <https://www.everest.ua/shtuchnyj-intelekt-u-spravi-yak-innovacijni-tehnologiyi-zminyuyut-pidhody-do-optymizacziyi-klyuchovyh-biznes-proczesiv/>.

4. The face of digitalization. Overview of the functionality of the online service «Action». URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/oblichchya-didzhitalizaciyi-oglyad-funkcionalu-onlaynservisu-diya.html>.

Polozova T. V.,

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Economic Cybernetics and
Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Nicola Jennifer John Elia,

*Student,
Kharkiv National University of Radio Electronics*

THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY

In modern life, the concept of «security» has become widely used in all areas of any activity. The economic security of enterprises is closely related to the production of goods, works and services. The economic activity of the whole country depends on the efficiency of their functioning. Today, a large number of Ukrainian companies are experiencing a decline in production, are at a critical financial state or even in a state of bankruptcy. This situation poses a threat to the economy of the region and to the potential of the enterprise. After all, any enterprise as an element of the economy provides a livelihood for many people, bears social responsibility, and performs a productive function.

Theoretical aspects of enterprise economic security were discussed in the works of many authors. Among Ukrainian scientists we can mention such authors as: V. V. Evdokimov [1], I. P. Fomichenko, S. O. Barkova [2], Z. B. Zhivko [3], N. V. Kasyanova [4], T. V. Polozova [5] and many others.

Based on a review of scientific literature, it can be noted that the economic security of the enterprise is a complex concept and contains a set of factors related to:

- contragents, contact audience: entities with which the company interacts;
- the internal environment of the enterprise;
- the influence of environmental factors.

Economic security of the enterprise is a state of stable functioning and development of the enterprise and also protection of its financial and material resources from external and internal dangers and threats.

The system of enterprise economic security is a set of interdependent and interacting internal and external subjects for supporting economic security, that have the same goals, material and technical resources, technologies, forms and methods for counteracting real and potential dangers and threats of internal and external environment. The internal subjects of the economic security system include the heads (owners) of the enterprise, the staff of economic security department, managers and staff of all its structural units. External subjects of the economic security system include public authorities and administration, law enforcement agencies, subjects of the non-state security system (security companies; consulting firms with specialization in information and analytical support of the security system; producers of special equipment and clothing etc.); security systems of partner companies; mass media, socio-political organizations and political parties.

Successful activities to prevent and counter internal and external threats to the enterprise depend on the effective operation of the service (staff unit) of economic security.

The economic security department of the enterprise is a full-time structural subdivision, which reports directly to the first head (owner) and organizes the process of mitigating, reduction and counteraction of treats and risks in cooperation with other structural departments, as well as external entities of the state and non-state security system and this create conditions for sustainable activity and development of the enterprise.

At the present stage, large domestic enterprises create specialized departments, designed to ensure the economic security of these enterprises. However, in practice, a significant number of heads of these newly created units have not yet formed an understanding of the principle of security providing as one of the basic in economic activity. Also the problem of absence of effectively functioning scientific system for

assessing and ensuring economic security, the theoretical basis of security providing, and this reduce the effectiveness of security department functioning.

At present, a large proportion of the national enterprises, working in an unstable economic environment, are unprofitable, facing a deep decline in production and being in a critical condition. In the times of crisis, the most dangerous threat to the development of an enterprise is the destruction of its potential. In this case, the ability to restore the enterprise potential using its own funds (depreciation and profits), as well as external borrowings is not provided. Both of these sources in a crisis situation are blocked [4].

From all existing types of threats, it is necessary to identify those which can lead to the destruction of potential of the enterprise under the influence of the factors caused by lacks or weakness of a scientific and industrial policy of the state in real sector of economy. After all, it is important to study the factors that are responsible for the creation of such external economic environment that contribute to trends in production opportunities and meet its interests.

The following functions are assigned to the security department of the enterprise: in the premises – the organization of the regime unit; development of documents in order to organize the protection of trade secrets; development and implementation of measures to ensure work with documents related to trade secrets, control of compliance with the requirements of instructive materials; identification of leakage channels for information with limited access and development of measures to eliminate these channels; accounting for violations of the security regime among employees of the enterprise, customers and competitors; organization and conduct of official investigations into the facts of disclosure or loss of documents and other violations of the security of the enterprise; development, updating and replenishment of the list of information constituting a trade secret and regulations, that govern the security organization and information protection; ensuring compliance with the requirements of standards of trade secrets protection; organization and regular training of employees of the whole firm and security department in all areas of trade

secret protection; keeping records of safes and metal cabinets in which permanent or temporary storage of confidential documents is allowed, as well as accounting and protection of special premises and technical means in them; maintaining contacts with law enforcement agencies and security services of neighboring enterprises in the interests of studying the criminal situation in location of the firm.

Thus, one of the important conditions for increasing the efficiency and sustainability of enterprises in a volatile environment is to improve the management system, taking into account the factors of economic security.

References

1. Єфдокимов В. В., Олійник О. В., Грицишен Д. О., Грищенко О. О. Концепція управління економічною безпекою суб'єктів господарювання в контексті теорії сталого розвитку: монографія; Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2013. 251 с.
2. Фоміченко І. П., Баркова С. О. Формування системи управління економічної безпеки на підприємствах України. *Економіка та управління підприємствами машинобудування галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. № 3. С. 57-66.
3. Живко З. Б. Управління економічною безпекою підприємства в умовах ринкових відносин. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 10. С. 138-145.
4. Kasyanova N. V., Kasyanov A. V. Diagnosing economic security of an industrial enterprise. *Економіка промисловості*. 2014. № 1. С. 136-144.
5. Polozova T., Cherkashina M., Shapoval O., Romanchik T., Alzoubi Laith Abdel Karim Mohammad. Assessment of risks in conditions of provision of security of economic activities of organizations (Оцінювання ризиків в умовах забезпечення безпеки господарської діяльності організацій). *Journal of security and sustainability issues*. 2019. № 8 (4). С. 705-714.

Sheiko I. A.,

*Associated Professor, Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radioelectronics*

Storozhenko O. V.,

*Associated Professor, Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radioelectronics*

UKRAINE AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES: PROSPECTS FOR FURTHER DEVELOPMENT AGAINST THE COVID-19 PANDEMIC

The COVID-19 pandemic has led to a deep global recession. The pandemic, and the aggressive restrictions and voluntary restraints on human interaction adopted to contain it, have already led to massive downturns in advanced economies, and to increasing disruptions in emerging markets and developing economics.

A lot of agencies provide forecast of further economic development of different countries of the world.

World Bank [4], European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) [2] created forecast of economic development, inflation, unemployment of different regions of the world and separate countries. Also they studied the role of informality in severity of economic problems during COVID-19 pandemic and difficulties in reopening of economy. The report of World Bank [4], created at June 2020, describes a global economy prospects during and after COVID-19 pandemic.

In last forecast at October 2020 IMF predicted global GDP reduction at – 4,4 % in 2020, and in 2021 – growth will be 5,2 %. After the rebound in 2021, global growth is expected to gradually slow to about 3,5 percent into the medium term. Also International Monetary Fund proposed its own estimations of economic growth of different regions of the world and separate countries. IMF projection are [5]: for USA – GDP rate in 2020 is projected on – 4,3 % in 2020 and 3,1 in 2021; for Euro

zone GDP rate is estimated on 8,3 % in 2020 and 5,2 in 2021. In emerging markets and developed economics Chine is projected to grow GDP in 2020 on 1,9 % and in 2021 on 8,2 %; but India has one of the most pessimistic forecast in a world with reduction on 10,3 % in 2020 but growth in 2021 on 8,2 %. World Trade volume is expected to fall down on 10,4 % in 2020, but expected to grow up in 2021 to 8,3 %. World output is projected to fall down on 4,4 % and grow up on 5,2 % in 2021. Oil prices are estimated to fall down on 32 % during 2020 (on year over year base) and to grow up on 12 % in 2021.

Lets analyze the global risks. IMF defines 3 set of risky factors. A first layer relates to the path of the pandemic, the needed public health response, and the associated domestic activity disruptions, most notably for contact-intensive sectors. Another source of uncertainty is the extent of global spillovers from soft demand, weaker tourism, and lower remittances. A third set of factors comprises financial market sentiment and its implications for global capital flows. Progress with vaccines and treatments, as well as changes in the workplace and by consumers to reduce transmission, may allow activity to return more rapidly to pre-pandemic levels [3].

Also IMF make worse projections for Ukraine. Due to last projections, the reduction of GDP rate in 2020 is estimated on -7 % level with growth on 3% in 2021 (table 1, figure 1).

Table 1 – GDP forecast for analyzed countries by IMF, EBRD and World Bank

	Real GDP growth rate			World Bank forecast		IMF forecast		EBRD forecast	
	2017	2018	2019	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Ukraine	2.5	3.3	3.2	-3.5	3.0	-7	3.0	-4.5	5.0
Poland	4.9	5.3	4.1	-4.2	2.8	-3.6	4.6	-3.5	4.0
Russia	1.8	2.5	1.3	-6.0	2.7	-4.0	2.8	-4.5	4.0
Belarus	2.5	3.1	1.2	-4.0	1.0	-3.0	2.2	-5.0	3.5

Source: authors' creation, based on data from [2, 3, 4]

Inflation is projected on 3 % in 2020 and 6 % in 2021. Unemployment is projected on 11 % in 2021 and 9 % in 2021. IMF projections are much worse than

World Bank, EBRD forecast for analyzed countries, including Ukraine. The main factors of such negative projections for Ukraine are: slow of reforms realizations, problems with external debt refinancing and not satisfied level of management of public finance in healthy sector [1].

So, the projections of Ukraine are much worse among analyzed countries. Also the Ukraine has the smallest level of total investments (in % of GDP) and negative tendency of investment reduction start in 2018. It is estimated, that total investment will be only 8 % in 2020, while for the rest countries such rate is about or higher than 20 % (figure 2).

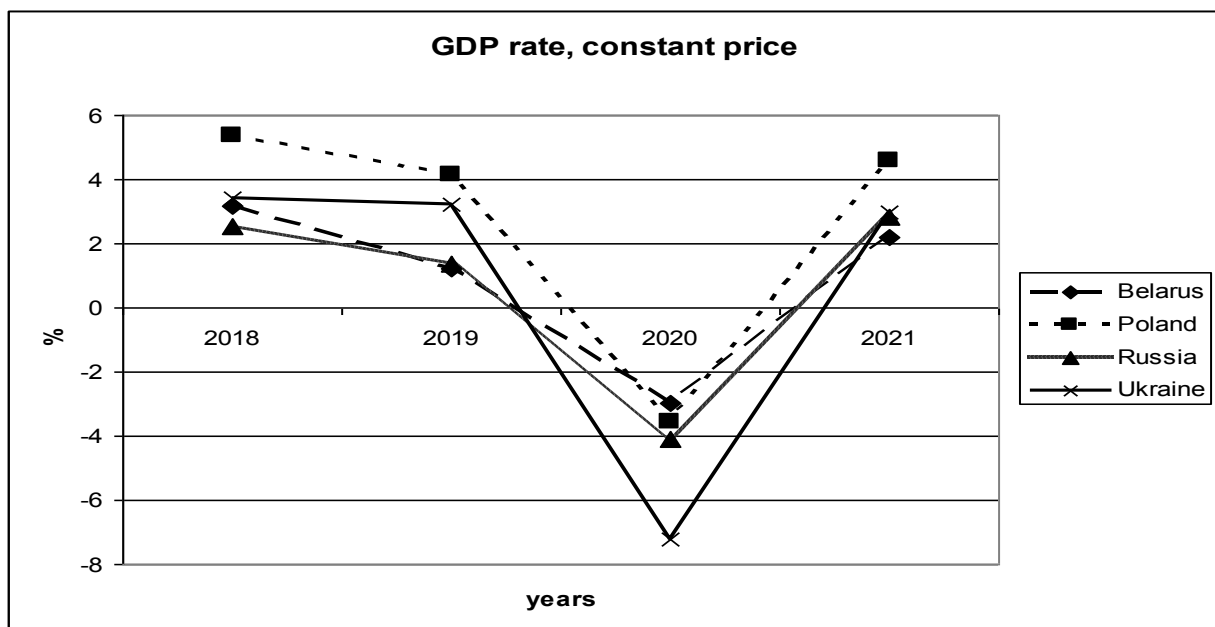


Figure 1– Real GDP rates and projections for analyzed countries

Source: authors' creation, based on [3]

Also it is expected, that unemployment rate will be in Ukraine 11% in 2020 and 9% in 2021. This rate is much higher than for rest analyzed countries (figure 3).

So, The COVID-19 crisis is expected to impact economic activity in Ukraine through several channels in 2020.

First, disposable incomes and consumption will suffer from the sudden necessary restrictions, including the closure of a lot of small businesses and the halt to air, rail, bus passenger transport [1].

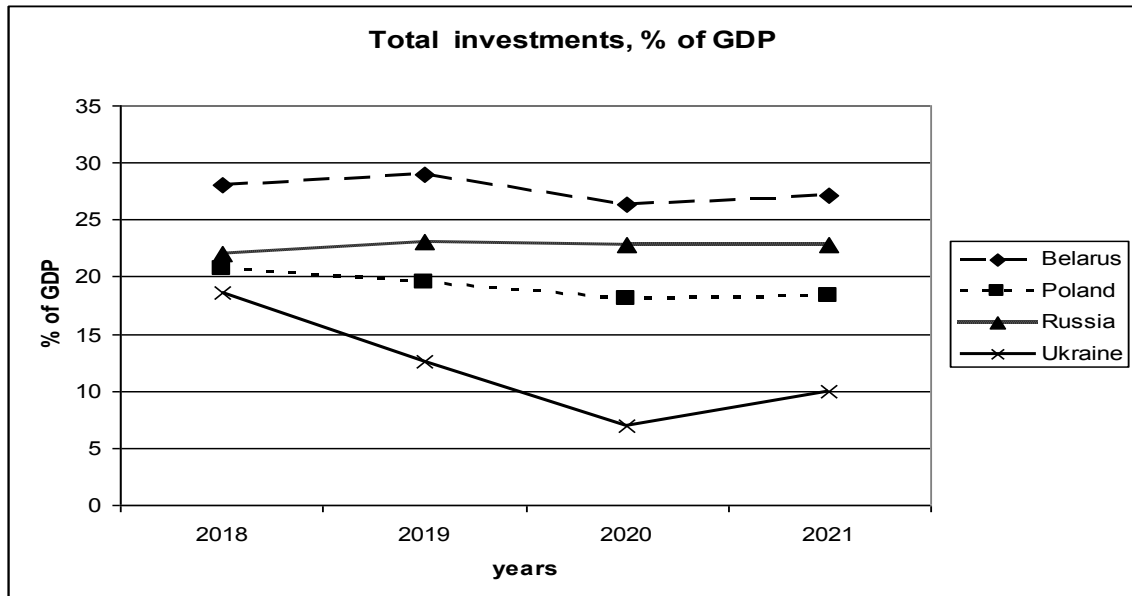


Figure 2 – Real Total Investments and projections for analyzed countries
 Source: authors' creation, based on [3]

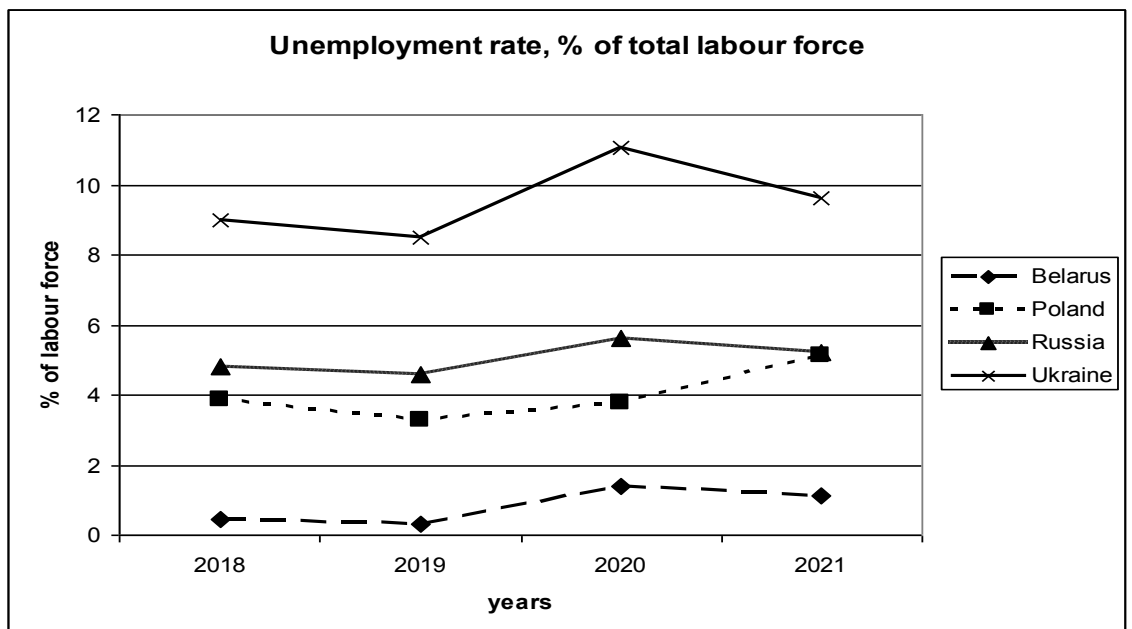


Figure 3 – Real Unemployment rate and projections for analyzed countries
 Source: authors' creation, based on [3]

Second, lower remittances due to weaker economic activity in Poland and other EU countries will also adversely impact household consumption. Third, lower commodity prices will impact Ukraine's exports. The overall impact on economic activity in 2020 will depend on the duration of the public health crisis. A more protracted health crisis would lead to second order effects through more widespread layoffs, business closures, and weaker liquidity and asset quality in banks [4].

A key factor will be the ability of the economy to rebound once the health crisis subsides. This will require swift progress on key pending reforms, as well as prudent macroeconomic policy. This would address key investment bottlenecks and provide an important signal on the new government's reform orientation.

References

1. Кулицький С. Проблеми розвитку економіки України, обумовлені пандемією коронавірусу COVID-19 у світі, і пошук шляхів їх розв'язання. *Україна: події, факти, коментарі*. 2020. № 8. С. 53-63. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2020/ukr8.pdf>.

2. European Bank for Reconstruction and Development. Regional Economic Prospects «COVID-19: from shock to recovery». 2020 URL: <https://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395289845931&d=&pagename=EBRD%2FContent%2FDownloadDocument> (accessed 21.08.20).

3. International Monetary Fund. World Economic Outlook: A Long and Difficult Ascent. Washington, DC, October. 2020 URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>.

4. World Bank Global Economic Prospects. *World Bank*. June, 2020 DC: DOI: 10.1596/978-1-4648-1553-9. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>.

Sheiko Iryna,

*Associated Professor, Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radioelectronics*

Storozhenko Oleksandra,

*Associated Professor, Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radioelectronics*

EUROPEAN DIGITAL MARKET: LESSONS FOR UKRAINE

The global economy is rapidly becoming digital. Information and Communications Technology (ICT) is no longer a specific sector but the foundation of all modern innovative economic systems. The Internet and digital technologies are transforming the lives we lead, the way we work – as individuals, in business, and in our communities as they become more integrated across all sectors of our economy and society.

Three industrial revolutions have led to changes in the domain of manufacturing – mechanization through water and steam power, mass production in assembly lines, and automation using information technology. However, over the past years, industries together with researchers and policy makers worldwide have increasingly advocated an upcoming fourth industrial revolution [1].

For example, in the United States, *smart manufacturing* initiatives such as the Smart Manufacturing Leadership Coalition (SMLC), drive and facilitate the broad adoption of manufacturing intelligence [1]. In response to the challenges, most of the EU governments have made I4.0 a priority adopting large-scale I4.0 policies to increase productivity and competitiveness and improve the high-tech skills of their workforce. Industry 4.0 or Manufacturing IoT systems connect the components of a production process in a factory. Their purpose is to enable «smart manufacturing». In smart factories, cyber-physical systems monitor physical processes and make

decentralized decisions. Via their IoT connection, these cyber-physical systems can communicate and cooperate with each other and with humans in real time. Connected devices include manufacturing equipment and robots. Existing production, logistical and working processes could change dramatically, resulting in great leaps of productivity. Many studies predict high investment in digitalisation because, thanks to the developments sketched above, an individual item customised according to the wishes of the customer could be produced at the cost of a mass-produced product – in a very short time and through minimal use of resources [2]

Over the past few years the European Union has addressed the topic of Industry 4.0 with the slogan «Advanced Manufacturing». A taskforce established in 2013 presented a working document (European Commission 2014) [3] which was primarily concerned with the challenge of the shrinking portion of manufacturing in the GDP of the European Union. In this publication on industrial policy titled «For a Renaissance of European Industry» the Commission stressed that digital technologies such as cloud computing, big data, the new industrial internet, applications, smart factories, robotics and 3-D printing were necessary conditions when it came to increasing the productivity of European industry. The Commission defined three objectives [3]:

- faster commercialisation of advanced manufacturing technologies;
- reduction of demand shortfalls for advanced manufacturing technologies;
- promotion of skills for advanced manufacturing.

Likewise, in 2014 the new EU research programme Horizon 2020 was launched – by 2020 the Commission wants to earmark €77 billion of funding, including €24.4 billion for «research excellence» and €17 billion of funding for industrial innovations and so-called key technologies [3].

Furthermore, national and regional initiatives are to be connected and investments are to be supported through strategic partnerships and networks, which the European Commission hopes will alone generate around €50 billion in public and private investment in the digitalisation of industry: €37 billion investment in digital

innovations; €500 million of European funds plus €5 billion of national and regional funding for so-called «Digital Innovation Hubs» (DIH); €6.3 billion for the first production lines of «Next-Generation Electronic Components»; €6.7 billion for the European Cloud Initiative.

The concept of i4.0 is based on linkage of virtual and physical parts of business processes along a supply chain. The virtualization is gained by Internet of Things (IoT), Internet of Services (IoS) and Internet of people (IoP) [1].

The European manufacturing industry is responsible for 15% of GDP. Countries with an especially large manufacturing sector include Germany and Ireland, as well as various Eastern European countries. However, for a market to be promising for Industry 4.0 services it also needs to be ready for these techniques. This depends on, for example, production process maturity, degree of automation, degree of innovation, industry openness and internet use [2].

Industry 4.0 readiness is considerably greater in western and northern Europe than in other parts of Europe. As the founder of the movement, Germany scores particularly high. Combining readiness with the importance of the manufacturing sector reveals four types of European markets (table 1) [2]. Even Eastern European countries appear mainly at zones of «Traditionalists» and «Hesitators», the experience of them will be useful for making clear the way Ukrainian economy should pass.

We analyzed the objectives and main results of industrial policies at Czech Republic and Poland.

Průmysl 4.0 (Industry 4.0) is a national initiative aiming to maintain and enhance the competitiveness of the Czech Republic in the wake of the Fourth Industrial Revolution.

There are three main objectives of Průmysl 4.0. Firstly, to enhance the ability of Czech companies to be involved in the global supply chain. Secondly, the implementation of the Industry 4.0 principles will lead to more efficient manufacturing, meaning faster, cheaper and resource-effective production. Thirdly, to enhance the cooperation with R&D and industry association, universities and

Academy of Sciences of the Czech Republic for the development of software solutions, patents, production lines and export know-how [4].

Table 1 – Classification of EU countries based on readiness to digitalization [2]

Type	Readiness to digitalization	Countries
Frontrunners	These countries generally have a large manufacturing industry and modern, forward-looking business conditions and technologies	Germany, Ireland, Sweden, Austria.
Potentialists	The manufacturing industries of these countries are in decline. However, they possess a modern and innovative outlook that gives them the potential to implement Industry 4.0 techniques	Belgium, Finland, Netherlands, Denmark United Kingdom, France.
Traditionalists	These mainly Eastern European countries have a thriving manufacturing industry, which could make them promising Industry 4.0 markets. However, so far these markets continue to focus on traditional manufacturing and are not ready for digitisation.	Czech Republic, Hungary Slovakia, Slovenia Lithuania.
Hesitators	These countries do not have a particularly strong manufacturing industry. In addition, the sector is not ready for Industry 4.0 in these countries.	Italy, Spain, Estonia Portugal, Poland, Croatia , Bulgaria.

The national innovation fund (€1.87 million) brings together financial resources from the European Structural and Investment Funds, and additional €1.2 million from the private sector and it is considered as a possible source of a refundable form of financial support, of which part would be reinvested in the new projects.

As about Poland, The Future Industry Platform was announced as part of the Responsible Development Plan (‘Morawiecki Plan’) by the Ministry of Finance and Development in 2016 [5]. Providing industrial financing over a 25-year period, the Morawiecki Plan pursues an agenda of reindustrialisation through new partnerships, export oriented support measures and comprehensive regional development. The main mission of the Platform will be to act as an integrator of all stakeholders interested in Industry 4.0 as well as an accelerator of the digital transformation of Polish industry. The Platform seeks to achieve these goals through a mix of activities comprising knowledge transfer and awareness raising, as well as the development and application of digital transformation support measures. With a total planned

investment of €235 billion over the next 25 years, the Plan seeks to unleash the potential of the economy to achieve development that improves the quality of life in Poland.

So, experience of Eastern European countries can be a good basis for Ukrainian digital progress. The development of the digital economy and society of Ukraine is a crucial factor for the success of not only all reforms, but also Ukrainian business on the world stage. Ukraine is an important player in the global digital market, but unfortunately, solely as an exporter of IT services and brains.

References

1. D.Klitou, J.Conrads, M.Rasmussen Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe. *Digital Transformation Monitor*. May, 17 URL: https://ec.europa.eu/growth/toolsdatabases/dem/monitor/sites/default/files/DTM_Policy%20initiative%20comparison%20v1.pdf.

2. Industry 4.0 in Europe. CBI. Ministry of Foreign Affairs URL: <https://www.cbi.eu/market-information/outsourcing-itobpo/industry-40/>.

3. European Commission 2014c: «Advancing Manufacturing – Advancing Europe»: Report of the Task Force on Advanced Manufacturing for Clean Production, Commission Staff Working Document, SWD (2014) 120 final, Brussels.

4. Czech Republic: «Průmysl 4.0» *Digital Transformation Monitor*. May, 17 URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/monitor/sites/default/files/DTM_Prumysl%2040_CZ%20v1.pdf.

5. Poland: Initiative for Polish Industry 4.0 – The Future Industry Platform. *Digital Transformation Monitor*. February, 2018. URL: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/monitor/sites/default/files/DTM_Poland%20_vf.pdf.

Veriasova G. M.,

*Senior Lecturer of Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Ijenwagy G. O.,

*Master Student of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security,
Kharkiv National University of Radio Electronics*

FEATURES OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN INTERNATIONAL MARKETS

The struggle between companies for the consumer determines the essence of competition. Evolutionary processes on our planet are an example of the very existence of competition between different individuals. So, plants compete for the best place under the sun, animals – for the best piece of food, etc. So, we can say that such a contest is the nature of the origin of competition. Throughout centuries and even thousands of years, whole nations compete for the best conditions of their existence. At school, we compete by means of our knowledge. In an adult life, we have to compete by means of our abilities and skills.

Competition, in the economic sense, is a form of economic relations between the subjects of a market economy in which competition is expressed for the most favorable conditions of production, sale and purchase of goods or services. Competition exists wherever there are two entities offering the same services or products on the market [1].

Competitiveness is the ability of a company to compete in markets with manufacturers and sellers of similar goods by providing higher quality, affordable prices, creating convenient conditions for buyers and consumers. When we talk about the competitiveness of the company, we must understand the following components:

among which companies will be determined the level of competitiveness; at what level – national, international, world, and for what period of time will be a comparison.

Globalization processes provide new opportunities for companies to open new markets even outside the home country.

The skilful sale of goods begins with its production or purchase, and only then they are put on the market. Each of the types of markets where competition takes place (the market of perfect competition, monopolistic competition, and oligopolies) will have its own specificity organization of production and sales of goods.

Company's competitiveness depend on existence of qualitative product. High product quality allows company attracts even foreign consumers.

We know popular idiom: «When in Rome do as a Romans do». So, the company must suggest to the concrete market that product which will be interesting for consumers according to there cultures and lifestyles, consumer tastes and preferences, consumer buying habits. And of course, those things are different from country to country. But if talk about global company's competitiveness it is better to produce standardized product worldwide.

Business managing strategy of the company is different from country to country. There are a lot of factors that make influence on the strategy choice, such as: income and demographics levels, variations in manufacturing and distribution costs, fluctuating exchange rates, location of company's production facilities, distribution centers, and customer service operations etc.

Strong market position of the company can help to win in the competition in the foreign markets. The company should be focused on market research, developing new forms of cooperation with competitors and suppliers, improving quality and reducing costs, finding and developing market niches, distribution channels, models and types of products, an effective system of promotion organization [2].

Competition in the economy exists only in the market economy system. Competition in the market of different manufacturers of one product or service forces

them to develop their technologies, improve the quality of production, but only if it is controlled competition. If it is not controlled, then manufacturers are ready for everything, just to be better, while the quality is low and prices of goods or services are high.

Competition in the economy has a motivational role, it stimulates the entrepreneur at risk and struggle. Also, competition plays the role of regulator. It dictates to manufacturers that it is necessary to produce for the consumer, since entrepreneurs are mainly struggling for the consumer's attention. Consequently, the presence of healthy competition in the market is the driving force behind the development of the company and its activities in international markets.

Managing enterprise-level competitiveness at foreign markets is a set of measures to systematically improve the product, search for new channels for its sales, and improve after-sales service.

Competition in the economy and in the life of a person plays a huge role. It stimulates the growth of production and spiritual growth of a person, develops abilities and functions, controls production and regulates the market. In our life competition helps to choose the strongest, and in the economy – to receive goods or service of good quality at a lower price!

References

1. Veriasova G. M., Nefodova A. Possible Aspects of Competitiveness of a Company at Foreign Markets. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті: зб. матеріалів 24-го Міжнар. молодіжн. форуму, 7-9 квітня 2020 р.* Харків: ХНУРЕ, 2020. Т. 9. С. 39-40.

2. Соколова Л. В., Верясова Г. М., Соколов О. Є. Забезпечення ефективності діяльності підприємства на засадах підвищення його конкурентоспроможності. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: колективна монографія у 4 т. / за ред. О. А. Паршиной. Дніпропетровськ: «Герда», 2013. Т. 2. С. 251-270.

Dr. habil. László VÉRTESY,
Associate Professor,
Budapest University of Technology and Economics,
Faculty of Economic and Social Sciences

dr. Valéria SZÉPLAKI,
PhD student,
National University of Public Service,
Budapest, Faculty of Public Administration

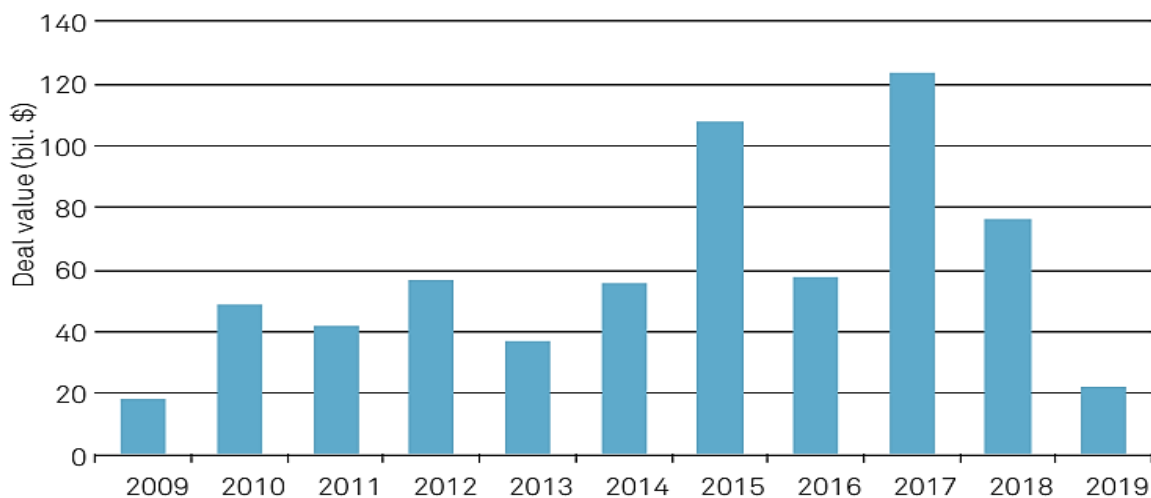
PORTFOLIO TRANSFER WITH SPECIAL FOCUS ON REINSURANCE

This study is aimed at drawing a big picture of insurance portfolio transfer regulations in Europe with special focus on portfolio transfers that are backed by reinsurance, and to highlight the disturbing variety of publication and authorization rules among the EEA Member States that present hurdle to the fast and efficient functioning of the European single insurance market. Although reinsurance business in Ukraine has dropped in the first half of 2020, it is still an important method to transfer or disperse original risks among the players of the insurance market. In general, the decision of an insurance company on insurance portfolio transfer is a clear way to say farewell to high claim contracts or to cut-off insurance business lines or business areas in the future. Solvency II rules do entail common European rules on portfolio transfer between companies residing in the Member States, including branches within EEA of companies residing in third countries. We aim to support the need for a more detailed unified EU (EEA) legislation in this area.

Reinsurance, and in particular reinsurance transfers, is a relatively rare area of research, even though reinsurance activity is a dominant sector on a global scale. According to Standard & Poor's latest Global Reinsurance Highlights 2019 study, the total net reinsurance premium amount of the top 25 reinsurers is \$ 210 billion. A share as high as 70% of this value is provided by the Top 10 reinsurers. Many of

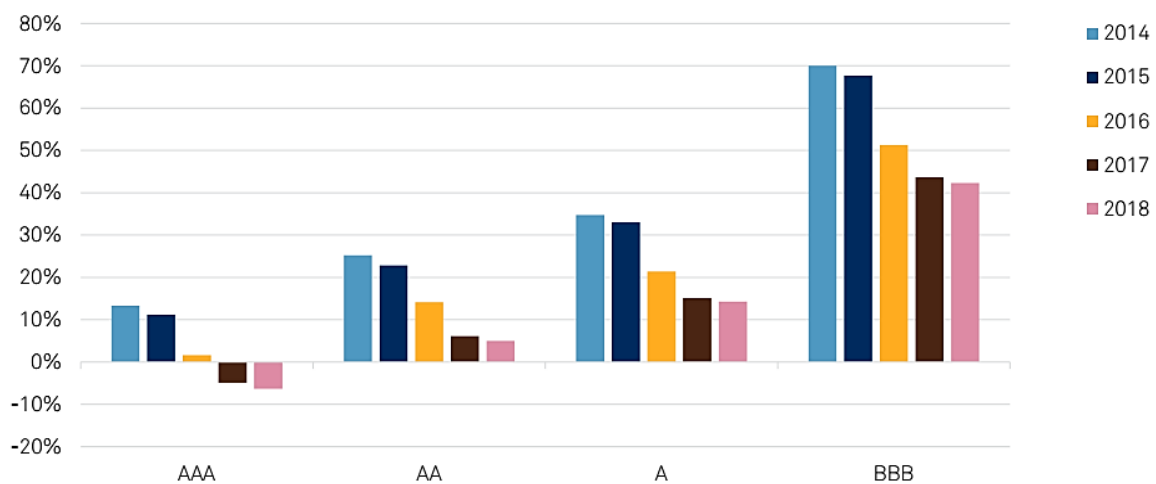
them also underwrite a significant share of direct insurance business. A possible merger between these reinsurers would not only bear the execution risk of the business plan but also trigger counterparty concentration risk, as it could lead to significant overlap resulting in business loss for a consolidated group.

Thus, the moderate appearance of the topic in the literature is to be explained not from an economic or financial point of view, but rather is to be seen as a result of the certainty that a reinsurance company is a professional market actor, entering and being active on professional wholesale field of insurance companies, and therefore these phenomena require less regulation by the state. In contrast, in the case of a transfer of an insurance portfolio, the interests of consumers (retail) already appear, which triggers a role to play by the state (regulation and supervision). Although loose regulatory requirements would support the efficiency of the overall national and international insurance market, this aspect is overridden by a more important goal, i.e. customer welfare, so strict provisions apply. (Bánde, 1937)



The decision of an insurance company to transfer an insurance portfolio is a clear way to get rid of high-loss contracts or certain insurance business lines and insurance areas in the future. Reinsurance contracts can serve to reduce capital requirements (by transferring risk) or simply to transfer a certain type of insurance activity to an insurer specializing in that area (Stefán, 2011). The transfer of portfolio may therefore take place mainly for the following reasons: (i) focus on certain portfolios in the interests of business strategy; (ii) divestment of non-economic

activities; (iii) restructuring the group of companies; (iv) exit from the insurance market; (v) discontinuing the business of certain products, branches or sectors. Consequently, the length of the portfolio transfer process as a time factor is particularly important. Although each decision from the above is motivated by different business interests, a common feature is that the transferor releases own funds on its part, and the transferee has to buckle own funds only for the future, so it is not retroactively required for the acquired portfolio (Szedlák, 2016).



According to a survey of Standard & Poor's, the capital adequacy level of the Top 20 reinsurers between 2018 and 2019 has declined, but the sector has continued to capitalize above the «AA» confidence level. It is estimated that the capital adequacy growth of the Top 20 global reinsurers at the «AA» level at the end of 2018 was approximately 5%, compared to 6% in 2017 or 25% in 2014. The decrease in capital adequacy is mainly due to the following factors: (i) the catastrophic losses in 2017, (ii) the asset-liability management of large global reinsurers, (iii) the adjustment of long-term venture capital requirements; (iv) continuing repurchases; and (v) special dividend payments. In both 2017 and 2018, the capital adequacy of the Top 20 global reinsurers declined or was incomplete at the «AAA» level. Based on these, it is expected that a significant transfer of assets may take place in order to strengthen capital adequacy. At the same time, it is also worth noting that the «BBB» category has seen a significant and steady strengthening over the past five years.

The current state of insurance market in Ukraine and the development of its EU harmonisation is a thoroughly discussed issue in the literature (See: V. Bazylevych, N. Vnukova, S. Osadets, N. Tkachenko, V. Furman D. Dem, O. Vilenchuk, V. Gryshchenko, I. Demyanyuk, A. Filonyuk, A. Shoihedenko). According to Art. 12 of the Act on Insurance 85/96-VR Sz. reinsurance is an insurance of an insurer by a resident or non-resident insurer (reinsurer) via transfer risks associated completely or partially according to the relevant contract. (Buletsa, Panyina, Chepis, Revutska, 2018) This contract can be considered a separate and individual type of contract. (Vinnychuk, 2014) Among the destabilizing impacts on the insurance market security we can find the low diversification of the insurance portfolio of companies. (Prikazyuka, Motashko 2015) But Ukraine intends to increase the minimum capital requirement in order to make their markets more financially secure, and specifies the capital requirement in foreign currency (OECD 2017).

In general, the process of transferring reinsurance cover and the rules to be applied differ among EU Member States, and level of harmonization seems to be low; despite the fact that the Solvency II Directive lays down uniform rules in many other areas. The advantage of EU law is the introduction of single official authorization and the rule of tacit consent. In practice, mutual recognition of authority decisions at the EEA level cannot be considered general at all due to the diversity of Member States' rules. National differences between the Member States also stem from the fact that only few of them require the continuation of reinsurance contracts relating to the transferred insurance portfolio by law and in some cases the decision lies with financial supervisory authority. The differences are accentuated the most in following areas: information, consent and deadlines, consumer protection. Although recommendations and guidelines from Member State authorities do support predictability, ideally, uniform, more detailed rules at EU level are justified in order to protect customers and provide legal certainty for all the stakeholders.

Бестужева С. В.,

*к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Луценко Л. В.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах посилення процесів інтернаціоналізації світової економіки міжнародна маркетингова діяльність відіграє особливо важливу роль у забезпеченні стійких ринкових позицій підприємства. Значно збільшується вагомість функції комунікації, активізується обмін інформацією та знаннями між різними суб'єктами світового господарства. Мінливість зовнішнього середовища потребує встановлення чіткого узгодження між маркетингом підприємства і потребами відповідного цільового ринку. Також нині досить вагомим є глобальне зростання конкуренції, що спричиняє застосування підприємством індивідуального підходу до кожного окремо взятого споживача. Вирішення поставлених проблем вимагає того, щоб у програмах міжнародного маркетингу використовувалась мережа Інтернет, адже при цьому спрощується та прискорюється взаємодія між суб'єктами світового ринку. Маркетингова політика, розроблена на основі інформаційних технологій, є досить ефективним методом підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Таким чином, актуальність теми дослідження обумовлена важливістю приєднання українських підприємств до міжнародних ринків та об'єктивною необхідністю формування і розвитку системи маркетингового менеджменту підприємств із врахуванням загальносвітових тенденцій [8].

Питаннями проблематики управління маркетингом займалися як українські, так і закордонні вчені. Широко відомі праці таких науковців, як

В. Андрійчук, М. Афанасьєв, Г. Багієв, Л. Балабанова, М. Вачевський, А. Войчак, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, П. Діксон, Ф. Котлер, М. Портер та ін. Проте у їх працях досліджується маркетинговий менеджмент як економічна категорія і теоретичні аспекти його розвитку. Разом з тим, специфіка формування маркетингового менеджменту в умовах зовнішньоекономічної діяльності – це відокремлений проблемний аспект, який потребує постійного вивчення.

Маркетингове дослідження – це системне збирання і об'єктивний запис, класифікація, аналіз і узагальнення даних, щодо поведінки, потреб, відносин, вражень, мотивацій окремих осіб і організацій в контексті їхньої економічної, політичної, суспільної і побутової діяльності (Міжнародний кодекс ESOMAR).

Міжнародне маркетингове дослідження – систематизований процес визначення цілей, обсягу, збору, обробки об'єктивної ринкової інформації для розробки рекомендацій щодо, форм виходу, стратегії ринкової діяльності та розподілу ресурсів в більш ніж одній зарубіжній країні, на основі здійснення порівняльного аналізу їх привабливості.

Отже, головним є те, що маркетингове дослідження уточнює інформацію, необхідну для пошуку цих даних, розробляє метод збирання інформації, керує і спрямовує його процесом збирання даних, аналізує результати, повідомляє про знахідки та їх запровадження.

Маркетингові дослідження діляться на якісні та кількісні, а також вони можуть бути поперечними і поздовжніми. Якісні методи можуть дати відповіді на питання «як» та «чому», але результати будуть залежати від кваліфікації дослідника. Основною перевагою якісних методів є те, що з їх допомогою проводяться глибокі дослідження ситуації, використовується мінімальна кількість людей. Негативною, але не заперечною рисою якісних методів є їх висока вартість і велика трата часу на проведення дослідження. На відміну від якісних методів кількісні методи можуть дати конкретний числовий результат. Навіть ставлення людей до окремого положення справ можна обчислити у вигляді числа, якщо використовувати кількісні методи. Перевагою цих методів є висока точність результатів, якщо їх порівнювати з даними якісних методів.

Роль маркетингових досліджень полягає в оцінці маркетингових ситуацій, забезпеченні інформацією, яка уможлиблює створення ефективної маркетингової програми підприємства. Мета маркетингових досліджень полягає в ідентифікації як проблем, так і можливостей підприємства посісти конкурентну позицію на конкретному ринку в конкретний час, знизити міру ризику і невизначеності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності. Предметом маркетингових досліджень є конкретна маркетингова проблема, що стосується ситуації в мікросередовищі чи в зовнішньому бізнес-середовищі підприємства, а їх об'єктом – певний суб'єкт системи «підприємство – ринок – економіка» або певна його конкретна характеристика.

Маркетингові дослідження можна розділити на: кабінетні та польові дослідження, метод фокус-груп, метод пробного продажу, панельні дослідження та ділові контакти.

Загально прийнято вважати, що маркетингові дослідження виконують три основні функції: описову функцію – припускає докладний опис всіх характеристик досліджуваних подій, явищ і процесів; аналітичну функцію – полягає в отриманні аналітичної інформації, у виявленні причинно-наслідкових зв'язків в досліджуваному явищі; прогнозуючу функцію – формується на підставі перших двох функцій, яка дозволяє робити прогноз подальшого розвитку подій.

Найбільш розповсюджені задачі, які вирішують маркетингові дослідження: вивчення ринку і його характеристик; визначення місткості ринку і його потенційних можливостей; аналіз розподілу часток ринку між основними конкурентами; аналіз динаміки збуту виробленої продукції; дослідження тенденцій ділової активності основних конкурентів; вивчення споживачів продукції компанії; вивчення товарів конкурентів; вивчення цінової політики і політики просування продукції на ринку.

Таким чином, в умовах посилення глобалізаційних процесів проведення маркетингових досліджень повинне проводити кожне підприємство, яке має бажання працювати як на національному ринку, так і здійснювати зовнішньоторговельні операції. Завдяки дослідженням підприємства дізнаються

найголовніше – чи варто виходити на той чи інший ринок (найголовнішим показником виступає попит), якщо на ринку не буде попиту навіть не варто намагатись починати торгівлю, бо є величезні ризики понести багато грошових втрат.

Перелік джерел посилання

1. Волкова І. А., Гірчук І. В. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. Вісник ЖДТУ. 2010. № 3. С. 53-55.
2. Карпенко М. О., Захарченко О. В. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2010. № 26. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/486>.
3. Кириченко О. А., Ваганов К. Г. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Механізм регулювання економіки. 2008. №1. URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008_1.html.
4. Ковтун О. Е., Зубар В. О., Шкарапута О. М. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. URL: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm.
5. Косенко С. В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2011. № 3. URL: http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2011_3/Kosenko.pdf
6. Новицкий В. Е. Зовнішньоекономічна діяльність і міжнародний маркетинг. Київ: Вища школа, 1994.
7. Бутенко Н. В. Основи маркетингу: навч. посіб. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. 140 с. URL: <http://buklib.net/books/21857/>.
8. Стефаненко М. М. Методологічні заходи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економіка фінанси, право. 2012. №8. URL: http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/2012_8/1.pdf.

Бровко О. В.,

к.п.н., викладач кафедри філософії та політології,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА: ПОНЯТТЯ, ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ

Проведення адміністративної реформи в Україні характеризується необхідністю формування та вдосконалення діяльності інституту державної служби. Реформування інституту державної служби є одним з пріоритетних напрямків державного будівництва та проводиться з метою підвищення ефективності функціонування державного апарату в інтересах розвитку громадянського суспільства та зміцнення держави.

Реформування системи державного управління в контексті становлення нових підходів до організації здійснення державної влади в Україні неможливе без переосмислення проблематики державної служби, зокрема її соціального призначення та правової природи.

Актуальним також є дослідження проблематики державної служби в зв'язку з орієнтацією України на європейські цінності такі як громадська активність, прозорість, демократія.

Державна служба як професійна діяльність щодо забезпечення здійснення державних функцій є найважливішим елементом функціональної складової механізму державного управління.

Дослідження змісту поняття державної служби, соціальної, правової природи, а також завдань та функцій державної служби присвячені роботи таких вітчизняних дослідників, як В. Авер'янов, Ю. Битяк, С. Дубенко, О. Петришин та ін., але тема ще не до кінця розкрита і потребує подальшого осмислення.

Термін «державна служба» вперше було використано в 1853 р. при реформі британської адміністрації. Під час чого було вирішено, що система набору в адміністративні структури держави повинна базуватися на критеріях заслуг, а не суб'єктивних передумов та політичних критеріїв.

У відомому звіті Тревеліаном та С. Норткотом було встановлено, серед іншого, що набір на державну службу повинен ґрунтуватися повністю на аналізі знань та досягнень, перевірених під час іспитів, кандидати на державну службу повинні мати загальну освіту та бути набраними на державну службу, а не на конкретну посаду, підвищення повинно відбуватися на основі заслуг, а не через так званий політичний патронаж [1, с. 53].

У науковій літературі, у популярних енциклопедіях та юридичних словниках термін «державна служба» визначається різними способами. Визначення надається через призму юридичних, політичних, інституційних чи соціологічних наук. На визначення також впливають різні культурні, історичні, соціальні, економічні та правові, в яких державна служба повинна функціонувати. Цікавою ілюстрацією інститутів державної служби є метафоричні визначення, закладені в науково-популярній категорії. І так на думку французького автора В. Турсі, державну службу «можна порівняти з машиною, керованою урядом, або ще з фортепіано, яке залишається незмінним незалежно від того, хто грає на ньому і від того який виконується твір. Після гри п'єси Бетховена нема необхідності демонтувати фортепіано або замінити його деталі, щоб зіграти твір Баха або Шопена» [2 с. 45].

На науковому ґрунті з'явився ряд інших визначень, в яких підкреслюються різні аспекти системи державної служби. На думку польського професора Іоланти Ітріх – Дрбарек, «державна служба – це група людей, зайнятих на основі закону, з метою виконання зазначених у законі завдань, керуючись зазначеними системам норм, цінностей і процедур, призначених для служіння суспільству і підтримання основні функції держави» [3, с. 36].

Іншим експертом у цій галузі Г. Ридлевським зазначається що державна служба є установою – професійним гарантом для політичної команди, яка призначає на посади державного управління лояльних до своєї політичної сили чиновників [4 с. 13].

Г. Атаманчук вважає що державна служба є практичною і професійною участю в реалізації цілей та функцій держави шляхом виконання обов'язків і реалізації повноважень в межах посади, що передбачена в конкретному державному органі [5, с. 29].

Отже, враховуючи різні наукові підходи стосовно тлумачення державної служби, приходимо до висновку, що «державна служба» є поняттям багатоаспектним та комплексним і проаналізувати його можливо лише застосувавши різноманітні методи дослідження. Державна служба є інститутом, що реалізує завдання соціальної держави, де поєднуються особисті, групові та державні інтереси.

Підсумовуючи вищенаведені визначення державної служби можна сказати що вона є системною, правовою, інституційною та організаційною ізольованою командою людей, зайнятих на основі спеціальної професійної прагматики з метою реалізації завдань держави, в межах чинного законодавства, що регулюється певною системою етичних та моральних норми щодо неупередженого служіння громадянину, надійних, професійних, політично нейтральних та ефективних із точки зору грошей і часу. Для постійного підвищення задоволеності громадян якістю наданих послуг завданнями державної служби (а ширше – державного управління) та будівництва довіри громадськості до держави та її установ необхідна модернізація державної служби.

Перелік джерел посилання

1. Gladden E. N. , The Civil Service: its Problems and Future, London 1948. 167 с.
2. Turcey V. Rola służby cywilnej w demokratycznym społeczeństwie – doświadczenia francuskie. Służba cywilna a etyka w życiu publicznym. Materiały z konferencji zorganizowanej z okazji 6-lecia Krajowej Szkoły Administracji Publicznej w dniach 14 – 15 marca 1996 r., Warszawa 1996, s. 45-46.
3. J. Itrich-Drabarek, Uwarunkowania, standardy i kierunki zmian funkcjonowania służby cywilnej w Polsce na tle europejskim Warszawa 2010, 417 с.
4. G. Rydlewski, Służba cywilna w Polsce. Przegląd rozwiązań na tle doświadczeń innych państw i podstawowe akty prawne, Warszawa 2001, 260 с.
5. Атаманчук Г. В. Теория государственного управления: курс лекций. Москва: Юрид. лит., 1997. 428 с.

Геселева Н. В.,
*к.т.н., доцент кафедри цифрової економіки
та системного аналізу,
Київський національний торговельно-економічний університет*

Мельник А. Ю.,
*студент,
Київський національний торговельно-економічний університет*

ІНТЕРНЕТ ТОРГІВЛЯ ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному українському бізнесі все частіше використовується інтернет комерція. Це й не дивно адже пандемія у світі та економічна криза змушують людей робити покупки онлайн, економити і шукати більш вигідні ціни. Основні переваги інтернет-торгівлі – мобільність, безконтактність, ціна, масштабованість. Звичайно вплив Covid-19 на онлайн-продажі колосальний. Люди почали проводити більше часу в мережі, менше виходити з дому.

Кількість переглядів сторінок зросла на 75 % за рік, а кількість замовлень – на 57 % за той самий період часу. Незважаючи на те, що цей ріст знизився з червня, він все ще є більш значним, ніж ріст, який ми спостерігали до пандемії. У січні показник зростання кількості переглядів сторінок становив 11 % у річному обчисленні, а кількість замовлень – 2 %, а в березні – у перегляді сторінок – 25 % у річному обчисленні, а кількість замовлень – 21 % [1].

За статистикою українських транспортних компаній, щорічно обсяг перевезень зростає на 20-40%. При цьому наша країна ще має потенціал для розвитку, адже покриття 4G-інтернету зростає, а обсяги онлайн-продажів не досягли пікових значень.

За статистикою українських транспортних компаній, щорічно обсяг перевезень зростає на 20-40%. При цьому наша країна ще має потенціал для розвитку, адже покриття 4G-інтернету зростає, а обсяги онлайн-продажів не досягли пікових значень.



Рисунок 1 – Покупки онлайн 2020 р. [1]

На сучасному етапі розвитку суспільства відбуваються процеси інформатизації та глобалізації, вони змінюють не тільки зміст економічного життя господарюючого суб'єкта: його відносини, структуру, інститути, а й реалізуються в рамках абсолютної іншої реальності - віртуальної. Очевидно, що перенесення з реального простору у віртуальний простір мережі Інтернет таких форм економічних взаємодій як купівля-продаж, пошук інформації є істотним чинником вдосконалення торговельної діяльності та вимагає нових концептуальних підходів і глибокого аналізу. В умовах нестабільності економічної ситуації досягнення позитивних фінансових результатів комерційної фірми залежить від безлічі факторів. Одним з них є обрана торгова політика. На мікроекономічному рівні торговельною політикою будемо називати комплекс заходів, що впливають на розвиток торговельних відносин з економічними суб'єктами.

У XXI столітті без використання сучасного, керованого і стійкого інформаційного середовища неможливий розвиток не тільки великих промислових компаній, що володіють достатніми активами, а й порівняно невеликих фірм, одним з основних видів діяльності, яких є торгове посередництво. При сучасному рівні розвитку суспільства інтернет-торгівля є невід'ємною складовою економіки більшості країн світу. Кількість здійснених операцій в даній сфері з неймовірною швидкістю зростає, що надає на світову економіку все більший і більший вплив (рис. 2).



Рисунок 2 – Динаміка обсягу світової електронної торгівлі [2]

Згідно з оцінками зарубіжних експертів агентства Statista в 2015 році обсяг онлайн продажів досяг позначки в 1,548 трлн доларів і у порівнянні з 2014 роком збільшився на 15,9%. За аналізований період збільшення складе, в середньому, від одного до двох відсотків щорічно. Експерти прогнозують, що аж до 2023 року інтернет-торгівля буде продовжувати зростання в абсолютному вимірі.

Інтернет-торгівля дозволяє компаніям нести менші витрати обігу, оскільки витрати на обслуговування Інтернет-магазину значно нижче, ніж на утримання реального магазину. На практиці це виражається в економії на купівлю або оренду приміщення, торгового обладнання, витратах на оплату

праці співробітників торгового залу. Переваги Інтернету як каналу продажів стали очевидні підприємцям всього світу. З точки зору споживача, раціональним є прагнення отримати якісний товар за меншою вартістю. Досягти такого результату допомагає покупка товарів через інтернет.

Сегмент роздрібних продажів на ринку електронної комерції в світі стрімко зростає. Його обсяг у 2017 р. склав 2,3 трлн дол. США, або 10,2% від загального показника роздрібних продажів. Експерти прогнозують, що за підсумками 2021 р. частка e-commerce досягне 17,5%, що становитиме вже більше 4,8 трлн дол. В Україні показник наразі нижчий – 3,2%, що в 2017 р. продемонструвало об'єм ринку e-commerce в 50 млрд грн. При цьому темп приросту електронної комерції в країні є другим за швидкістю в Європі (біля 31 %), що свідчить про значний потенціал ринку. Основними гравцями якого є інтернет-магазини, маркетплейси, класифайди, прайс-агрегатори, логістичні компанії тощо [3].

Товарообіг фізичних товарів і послуг, придбаних в Україні онлайн з січня по листопад 2019 року, склав 76 млрд грн. Це на 17 % більше, ніж за аналогічний період 2018 року. В 2019 році збільшились доходи від супутніх сервісів: реклами, просування, онлайн-оплат та доставки. На доставці товарів, придбаних в інтернеті, оператори заробили щонайменше 3,5 млрд грн, на онлайн оплатах – 1,9 млрд грн [3].

За оцінками Всеукраїнської рекламної коаліції, виручка від реклами товарів і послуг в соцмережах, на маркетплейсах та онлайн-ресурсах учасників ринку сягає 16 млрд грн – на 37 відсотків більше, ніж у 2018 році.

В середньому на маркетплейсах EVO – Prom.ua, Shafa.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Izi.ua – покупці витрачають від 200 до 1000 грн за раз. При цьому за рік середній чек знизився на 7 – 10 %. Водночас зросла вартість доставки: в середньому покупець сплачує за отримання товару 5 – 15 % його вартості [3].

Підприємницька діяльність в Інтернеті дозволяє фірмам знижувати рівень складських запасів і операційні витрати, спрощує пошук нових контрагентів, дозволяє вийти на міжрегіональні та міжнародні ринки. Є перспективним напрямком розвитку української економіки, інтернет-торгівлі підвищує ступінь

інтеграції України в світові інформаційні та економічні процеси. Електронна торгівля, стрімко розвиваючись, стала самостійною частиною ринку. Україна на даному етапі переходить від початкового до просунутого етапу свого становлення, зберігаючи світові тенденції. Незважаючи на досить швидкі темпи збільшення частки Інтернет-торгівлі в загальному обсязі реалізації, близько 30% щорічно, обсяг загального товарообігу на неї припадає незначний, що говорить про перспективність роботи в даному напрямку. Є ряд об'єктивних чинників, які заважають цьому процесу, це проблеми інституційного характеру і відсутність кадрів відповідного профілю і рівня. Український ринок електронних компонентів, хоча і з запізненням, слідує світовим тенденціям. В цілому, аналітики дають сприятливі прогнози.

Нестабільність ситуації і зниження основних економічних показників вимагають від компаній перегляду організації діяльності та застосування нових підходів в управлінні. Великі гравці мають можливість впливати на ситуацію різними шляхами, такими як маніпулювання ціною реалізації, скорочення витрат обігу, логістика, зниження зовнішніх і внутрішніх ризиків. Для досягнення поставлених цілей є певний інструментарій. Одним з інструментів в цьому наборі є вибір курсу на електронну комерцію. Інтернет-торгівля – це один із шляхів збільшення обсягів реалізації і підвищення результативності бізнесу.

Перелік джерел посилання

1. The impact of COVID-19 on e-commerce by category. URL: <https://www.bazaarvoice.com/blog/the-impact-of-covid-19-on-e-commerce-by-category/>.

2. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.

3. Яким був український ecommerce у 2019 році. URL: <https://evo.business/lyudi-kupuvali-bilshe-serednij-chek-zmenshivsya-vartist-dostavki-zrosla-yakim-buv-ukraïnskij-ecommerce-u-2019-roci/>.

Геселева Н. В.,

к.т.н., доцент кафедри цифрової економіки

та системного аналізу,

Київський національний торговельно-економічний університет

Ріпа Т. М.,

студент,

Київський національний торговельно-економічний університет

ВПЛИВ КОЛИВАННЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА СТАН ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Валютний курс є досить важливим інструментом в державній політиці, який відображає взаємодію світової та національної економік, а також регулює діяльність багатьох економічних сфер. Зміна валютного курсу несе за собою як позитивні, так і непередбачувані негативні зміни. Актуальність даної теми є як ніколи очевидною, адже коливання обмінних курсів у кризовій ситуації має великий вплив на світову економіку.

Мета дослідження полягає у постанові та розробці шляхів вирішення проблеми коливання валютного курсу, а також його вплив на стан економіки України.

Валютний курс є одним з вагомих інструментів державної політики. Врегулювання валютного курсу повинно сприяти зростанню чистого експорту, що є визначальним для економіки України. Щодо теперішнього стану економічного життя українців, то воно є дуже нестійким, адже увінчується кризою: дефіцит державного бюджету, емісія та інфляції, надмірне цінове регулювання, зменшення виробництва товарів, послуг та експорту.

На валютному ринку визначається тенденція, що курс покупця зазвичай менше ніж курс продавця. Завдяки цьому суб'єкт і має прибуток. Сьогодні банки намагаються завищувати ціну продажу валюти для збільшення своїх

прибутків. Якщо побудувати тенденцію за 2013-2019 роки, то можна переконалися, що основними резервними валютами Національного банку є долари США, євро, Швецькі франки, СПЗ, англійські фунти стерлінгів та японські єни. Динаміку курсу національної валюти до долару США, англійських фунтів стерлінгів та євро протягом 2013-2019 рр. можна прослідкувати на табл.1 [1].

Таблиця 1 – Офіційний курс долара США, євро та англійського фунту стерлінга до української гривні за 2013-2019 рр.

Назва валюти	Роки						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Долар США	799,3	1188,67	2184,47	2555,13	2659,66	2720,05	2584,56
Євро	1061,22	1571,59	2422,87	2829,19	3000,42	3214,29	2895,18
Англійський фунт стерлінг	1250,64	1953,75	3340,42	3470,08	3424,87	3634,44	3299,78

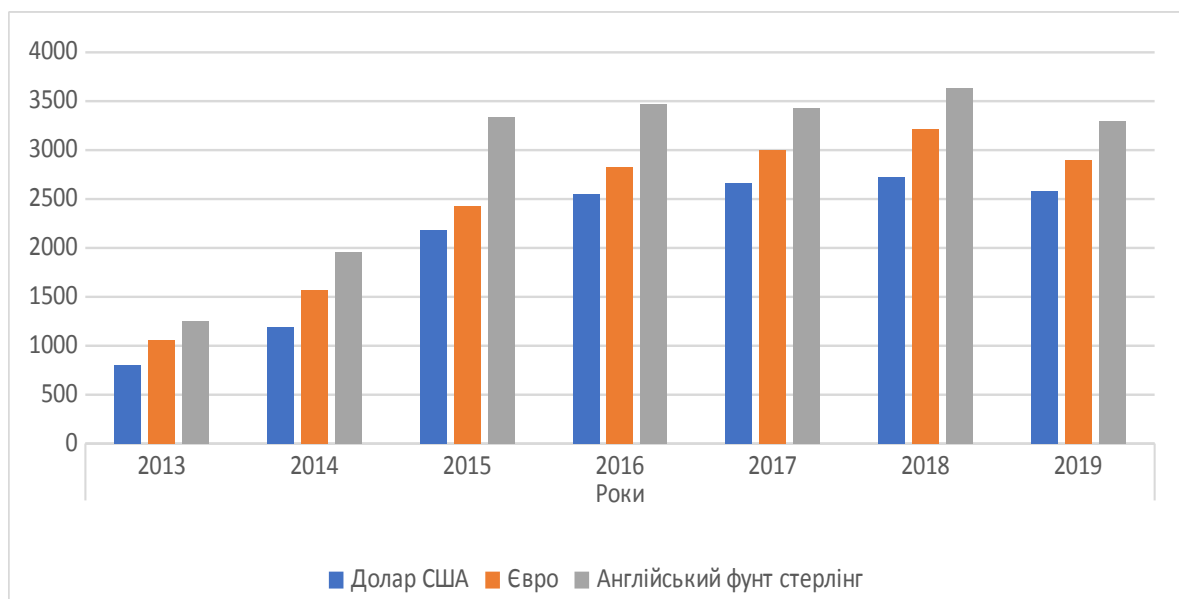


Рисунок 1 – Офіційний курс долара США, євро та англійського фунту стерлінга до української гривні за 2013-2019 рр.

Згідно з рис.1 протягом 2013 року є вдалим для української валюти, тому що відбулося її зміцнення за рахунок збільшення іноземної валюти від нерезидентів, зменшення інфляційного диференціалу. У 2014-2015 роках почалась обвальна девальвація курсу валюти, що гостро позначилось на

кон'юнктурі валютного курсу в Україні. Найбільше вдалось в знаки загострення конфліктів на Донбасі, що закрило торговельні шляхи для національного виробництва. На країну чекали наслідки девальвації, а саме: зменшення компаній на території України, попит на іноземні валюти, збільшення боргу на внутрішньому, зовнішньому ринках та скорочення золотовалютних резервів країни. У 2014 році валютний курс почав дуже стрімко зростати, саме це викликало недовіру до української гривні у людей, а тому всі масово почали купувати долари США, це призвело до надзвичайних доходів спекулянтів і ще більше знецінило гривню. В 2015 році відбулося зменшення обсягів надходження іноземних інвестицій, кредитів та виручки з експорту. 2016-2018 роки обсяг золотовалютного резерву України досяг 18,81 млрд дол. США в еквіваленті, а вже протягом року збільшився на 25,3 %. Визначним чинником збагачення стало додатне сальто платіжного балансу(2017 р.), а також фінансування від МФВ у розмірі 1 млрд. дол. США. Послаблення гривні відносно долару США з початком 2017 року було зумовлено газо- та нафто- трейдерів, а також зростання цін на нафту на світовому ринку [2]. Загалом протягом 3 років українська гривня не мала стабільності.

Ситуація в 2019 році значно покращилась, цьому сприяла низка макроекономічних факторів:

1. Стійке зростання економіки України, а саме реальний ВВП зріс на 4,6 % у другому кварталі, порівняно з аналогічним кварталом минулого року.

2. Високий обсяг міжнародних резервів для виконання зобов'язань України – міжнародні резерви залишились на такому ж рівні як і в кінці минулого року. Чиста валюти на початку 2019 року сягнула майже 3 млрд. дол. США на тлі зміцнення української гривні.

3. Послаблення загострень на сході країни – ці чинники сприяли відновлення банківської системи, який підсилився поживавленню економічної активності.

Хоча на даний момент офіційних даних за 2020 рік ще немає, але ми бачимо що з літа курс валют стрімко зростає та гривня знецінюється.

Таблиця 2 – Офіційний курс долара США, євро та англійського фунту стерлінга до української гривні за січень-вересень 2020 р.

Назва валюти	2020								
	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень
Англійський фунт стерлінг	31,52	31,93	32,65	33,79	32,98	33,45	34,49	36,11	36,31
Євро	26,79	26,84	29,16	29,59	29,19	30,04	31,21	32,54	33
Долар США	24,12	24,6	26,41	27,22	26,81	26,71	27,31	27,52	27,98

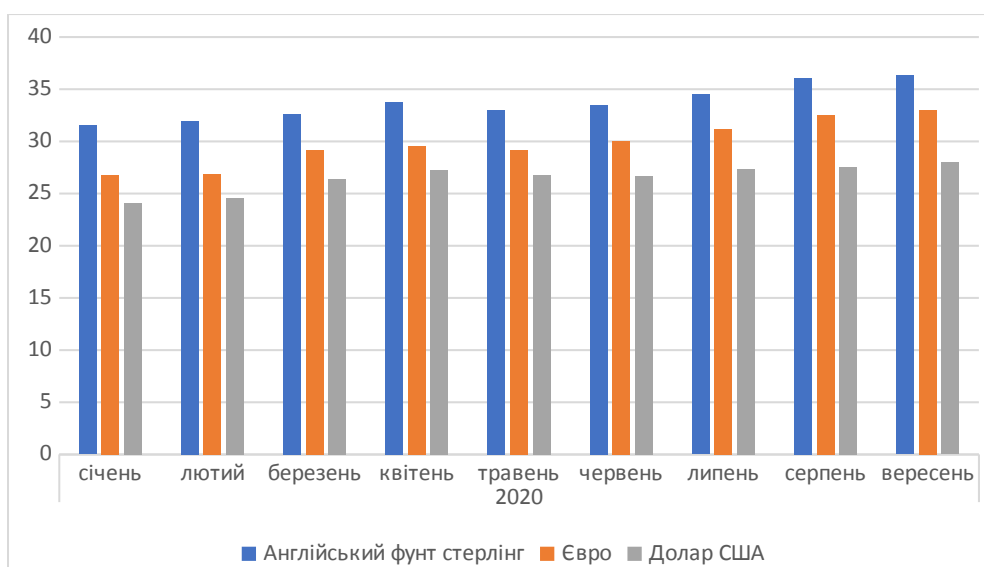


Рисунок 2 – Офіційний курс долара США, євро та англійського фунту стерлінга до української гривні за січень-вересень 2020 р.

У табл. 2 можна прослідкувати динаміку національної валюти до Євро, Долару США та Англійського фунту стерлінгу [3]. Такий ріст пов'язаний із пандемією, локдауном, розірванням деяких економічних зв'язків, діями керівництва країни, що спричинило затримку виділення коштів МВФ. Також у

2020 році відбулось зниження припливу іноземної валюти від агроекспорту. Урожайність впала, а тому скоротився заробіток від продажу.

Отже, в країні прослідковується певна дестабілізація, спричинена зменшення обсягів експорту, недосконала законодавча база, яка не може надати гарантій іноземним інвесторам, зменшення інвестицій в економічний розвиток суспільства, а також незавершені військові дії на сході України.

Шляхи вирішення вище перерахованих проблем:

- потрібно збільшити операції з валютними деривативами та строковими контрактами;
- встановити граничні розміри маржі для валютних операцій;
- підтримати відповідний рівень цін та темп інфляції;
- збільшити золотовалютні резерви.

Загалом ситуація в Україні є не стабільною. Щодо прогнозів на 2021 рік, то міністерство економіки прогнозує, що середній курс долару США буде становити 29,1, а мінімальна заробітна плата буде підвищена до 6 250 грн. В цих умовах політика Національного банку України повинна бути спрямована на розробку комплексу заходів щодо повернення довіри до національної валюти, а також до її зміцнення.

Перелік джерел посилання

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua/>.

2. Аналітичний огляд валютного ринку України. URL: [Pehttp://rurik.com.ua](http://rurik.com.ua).

3. Основні тенденції валютного ринку за січень-вересень 2020 року URL: <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=7D6ACAA9C9896BC780BAD4C9E774A0C9?id=15141241>

Готовцева Е. А.,
аспирант кафедры маркетинга,
Белорусский национальный технический университет

Малайчук О. А.,
аспирант,
Белорусский национальный технический университет

МОДЕЛИ ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ

Довольно часто, стратегический альянс образуется, когда два или более предприятий объединяют свои усилия для достижения взаимной выгоды, тем самым помогая друг другу объединять усилия, ресурсы, знания, что может привести к увеличению прибыли. Такого рода объединения могут заключаться любой компанией для самых разнообразных целей. Чаще всего, это стратегические альянсы в области дизайна, разработки инновационных продуктов, производства, распределения или продажи товаров и услуг.

Но не только большим предприятиям выгодны стратегические альянсы. Так для индивидуальных предпринимателей или владельцев малого бизнеса сотрудничество с хорошим стратегическим партнером может стать мощным толчком для развития бизнеса. Стратегические альянсы могут привлечь большое количество потенциальных клиентов, они также могут помочь сократить расходы на производство и логистику. Ниже перечислены возможные преимущества и выгоды для предприятий при вступлении в стратегический альянс [1]:

- обмен опытом со стратегическим партнёром;
- повышение качества и эффективности предпринимаемых действий по продвижению на рынке;

- увеличение клиентов;
- возможность получения недорогого доступа к дополнительным ресурсам;
- внедрение в производство новых стандартов, имеющихся у стратегического партнёра;
- более быстрая разработка новых продуктов и внедрение их в производство;
- доступ к новым нишам на рынке.

В качестве хорошего примера стратегического альянса можно привести объединение Spotify и Uber. Spotify и Uber объединились, чтобы предоставить клиентам Uber управление стерео. Не каждый потребитель Spotify использует Uber, и не у каждого пассажира Uber есть учетная запись Spotify. Стратегический альянс позволяет каждой компании преследовать перспективы от существующей клиентской базы другой, продолжая при этом продвигать оба продукта [2]. В обоих случаях это дает компании преимущество перед конкурентами. Spotify предала с пакетом Premium то, чего еще нет у других аналогичных сервисов. Uber предоставил водителям возможность прослушивать их собственные плейлисты.

Одним из видов стратегических союзов является партнерский маркетинг (Affiliate Marketing). Данный метод сотрудничества предполагает решение маркетинговых задач с помощью привлечения агентов, которыми являются рефералы, аффилиаты. Партнерский маркетинг – это один из инструментов интернет-маркетинга, который позволяет продвигать бизнес в среде интернет, используя партнерские программы.

Суть партнерского маркетинга заключается в продвижении товаров и услуг посредниками, а также их продаже за комиссионное вознаграждение, которое выплачивает посреднику заказчик. Заказчик оценивает целевое действие – это может быть количество посещений, лиды, покупка. Партнерский

маркетинг включает в себя ряд инструментов интернет-продвижения, например, SEO, email-маркетинг, контекстно-медийная реклама и другие.

Целью аффилированного маркетинга для заказчика является привлечение как можно большего количества посредников (агентов), которые будут осуществлять информационную поддержку товаров и услуг заказчика. Продажа потребителю силами посредника товаров и услуг не является обязательной целью партнерского маркетинга.

Организуя партнерский маркетинг, предприятия могут столкнуться с рядом проблем, например, работа с недобросовестными заказчиками и партнерами. Организуя аффилированные программы маркетолог, в первую очередь, должен тщательно отобрать партнеров, а также разработать и внедрить партнерские программы, которые будут содержать в себе все основные этапы выстраивания взаимоотношений. Но, несмотря на ряд трудностей, совместная работа является крайне выгодной для обеих сторон, так как пока одни получают доход, не прилагая особых усилий, другие занимаются задачами по оптимизации эффективности маркетинговой программы, расходуя бюджет на конкретные целевые действия.

Можно выделить четыре модели партнерских программ:

1. Модель CPA (cost per action). В данной модели оплата происходит за целевое действие клиентом. В качестве целевого действия могут быть: показ, покупка, загрузка, лид.

2. Модель CPS (cost per sale) – относится к сложным программам, партнер получает вознаграждение в случае приобретения клиентом товара или заказа услуги.

3. Модель CPV (cost per visitor) является одной из наиболее либеральных для аффилиата. Согласно выстраиванию взаимоотношений по принципу действия данной модели, партнер получает вознаграждение за показ рекламного сообщения, размещенного у себя на сайте.

4. Модель PPC (pay per click) является самой популярной в контекстной рекламе (Google AdWords, Яндекс.Директ), от посетителя она требует совершения действия – переход на сайт заказчика по ссылке в объявлении.

Таким образом, правильно выбранное стратегическое объединение и условия для сотрудничества могут привести к большому успеху обоих участников партнёрства. А использование одной или нескольких моделей партнерских программ при их продвижении позволит укрепить позиции предприятия на рынке.

Перечень источников ссылок

1. What Are Strategic Alliances? URL: <https://smallbusiness.chron.com/strategic-alliances-23997.html> (дата звернения: 22.10.2020).

2. Successful Strategic Alliances: 5 Examples of Companies Doing It Right. URL: <https://www.allbound.com/resource-center/successful-strategic-alliances-5-examples-of-companies-doing-it-right/> (дата звернения: 22.10.2020).

3. Партнерский маркетинг URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/affiliate-marketing/ (дата звернения: 25.10.2020).

4. Партнерский маркетинг: что это? URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/06/15/partnerskij-marketing-chto-eto/> (дата звернения: 25.10.2020).

Гришко С. В.,

к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

Єфіміна О. О.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ

Гібридні загрози – це широке поняття, яке постійно розвивається. Гібридні впливи можуть бути спрямовані на прийняття політичних рішень, діяльність влади, ділової спільноти або на будь-яку їх комбінацію. Гібридна діяльність використовує вразливі місця своїх цілей, незалежно від того, хто це є: люди, організації чи суспільство в цілому. Зазвичай, гібридні загрози та гібридний вплив створюються на державному рівні, коли держави організовано використовують як традиційні, так і нетипові інструменти влади для досягнення своїх цілей. Вони прагнуть зробити це, не порушуючи «порогу виявлення» або, у більш важких випадках, «порогу традиційної війни» чи «порогу дорогої війни» [1]. Більш детально визначити гібридні загрози складно з кількох причин:

– гібридні «гравці» використовують старі, добре відомі тактики, але в несподіваних або мультиплікаційних комбінаціях;

– вони мають доступ до нових інструментів і методів, які ніколи раніше не застосовувались - і навіть не думали, що їх можна використовувати як зброю на підтримку політичного порядку денного, такі заходи включають як старі трюки (як підкуп або примушення людей до співпраці), так й нові інструменти, які діджиталізація впровадила у всьому суспільстві (як кібершпигунство та кібератаки, проникнення до критичної інфраструктури, інформаційні операції за допомогою соціальних медіа тощо);

– часто буває важко віднести гібридну діяльність до певної країни чи організації, оскільки це є може проводитись довіреною особою (третя держава, фронт-організація, організована злочинність або окремих оператор), а іноді політичні чи економічні реалії навіть можуть забороняти цілям-жертвам повідомляти про напади або приписувати їх певному злочинцю;

– гібридна діяльність поєднує в собі не одну форму впливу на підтримку досягнення мети агресора, причому це поєднання не обов'язково відбувається одночасно: заходи можуть бути організовані послідовно, протягом тривалого періоду часу, розподілено як по географічному, так і по організаційному принципу, що ускладнює розпізнавання та визначення гібридної операції.

Бізнес-спільнота та окремі компанії є невід'ємною частиною суспільства, а отже, і об'єктами гібридного впливу. Роль ділової спільноти зросла за останні десятиліття, оскільки приватні компанії дедалі частіше надають послуги у таких секторах, як телекомунікації, медіа та енергетика. Раніше ці послуги надавали або місцеві муніципалітети, регіональні органи влади або держава. Як правило, компанії також продовжують піклуватися про ці критично важливі послуги та інфраструктуру як у звичайних ситуаціях, так і у випадках кризи. Більше того, державний сектор та органи влади все більше залежать від технологій, ресурсів та послуг, що надаються компаніями в приватному секторі для підтримки своїх основних функцій та місії.

Хоча окрема компанія не обов'язково може бути кінцевою або навіть ключовою метою операції, вона може сприяти досягненню кінцевої стратегічної мети, наприклад, отримання довгострокового доступу до осіб, що приймають рішення або до їх мереж. Під час гібридної операції одна компанія може зазнати кібератаки, інша – інформаційної атаки, третя – ворожого захоплення, а четверта – класичного проникнення. При цьому жодна з цілей-жертв не може побачити та зрозуміти всієї операції.

Оскільки гібридний вплив вимагає розуміння вразливостей цілей-жертв, операціям, як правило, передують зусилля зі збору інформації протягом тривалого періоду часу. Можуть бути використані наступні методи:

проникнення в цільову організацію; використання традиційних методів людського інтелекту; проникнення в інформаційні системи за допомогою кібератаки або їх комбінації.

Бізнес-спільнота в цілому, і компанії зокрема, відіграють важливу роль у гібридному впливі. Але оскільки суб'єкта такого впливу важко визначити, то ділове співтовариство ще не зрозуміло власної ролі об'єкта гібридного впливу. Так, більше половини компаній у Фінляндії (59%) не змогли пояснити, чому вони можуть бути ціллю діяльності, кінцевою метою якої є вплив на населення або уряд країни [2]. Розглядаючи, як компанія може стати частковою ціллю гібридної операції, слід враховувати, що це залежить від кінцевої мети, цілі, слабких сторін компанії та інших факторів, невідомих всім, крім тих, хто планує та проводить гібридну операцію.

Об'єктом гібридного впливу можуть ставати не лише великі компанії, хоча вони є відомими, часто мають велику клієнтську базу, урядових клієнтів, стосунки з політиками, доступ до суспільної інфраструктури, а також інші фактори, які можуть встановити їх як цілі в гібридних операціях. На практиці кількість компаній, яких можна вважати цікавими об'єктами з точки зору гібридного впливу чи незаконного нагляду, значно вища. Оскільки важко розпізнати зусилля гібридного впливу, тому багато компаній навіть не підозрюють, що є потенційними цілями.

Гібридні агресори можуть отримати доступ до інформації обраної ними компанії шляхом:

- розповсюдження шкідливого програмного забезпечення через зовнішні USB-пристрої чи інші електронні пристрої,
- за допомогою фішингових операцій,
- через використання найманих людей для збору інформації всередині цільової компанії.

Інформація, яка використовується, може здатися досить нешкідливою: хто за які рахунки відповідає, хто відвідує ті самі соціальні клуби, що й відповідальний за політичні рішення, тощо. Коли особу ідентифікують таким

чином, і коли ця інформація пов'язана з інформацією про профіль її соціальних мереж, поведінкою в Інтернеті та інформацією, зібраною з інших джерел, - все це може стати зброєю гібридного «гравця» може мати змогу сформувати всебічний огляд, на якому вони може діяти. Інформація, отримана таким чином, може бути використана для впливу на людей. Доступ до інформації також піддає компанії ризику маніпуляції даними та ризику саботажу діяльності.

Використання «шпигунів» може бути дуже плідним: вони можуть отримувати доступ до інформації на основі своїх робочих завдань, вони знають, де шукати конкретну інформацію, і можуть легко виявити слабкі сторони людей, що знаходяться під впливом. Це вважається інформацією, яка може допомогти гібридному акторові визначити, чи варто націлювати гібридну операцію саме на цю компанію. При цьому працівники компанії можуть отримати доступ до такої інформації, майже не залишаючи слідів.

Серед слабких сторін бізнесу, через які гібридні «гравці» можуть впливати на бізнес, можна виділити наступне:

- надмірна прозорість та наївність персоналу та керівництва,
- недостатня обізнаність та пильність серед працівників,
- нездатність розпізнати вплив, замаскований під ділову діяльність.

Прозорість, наївність, недостатня обізнаність та пильність, нездатність розпізнавати проблеми – це питання, які можна виправити шляхом обміну інформацією та проведення навчання.

Гібридна діяльність може призвести до ситуації, коли ресурси та системи, які зазвичай доступні компаніям, для них вже недоступні. Найбільш критичними факторами з точки зору здатності бізнесу працювати є: електроенергія, Інтернет та інформаційні системи. Цей тип ситуації представляє іншу крайність, в якій гібридний вплив більше не маскується. Ось чому компанія повинна підготувати план безперервності бізнесу, який допомагає їй продовжувати працювати за таких обставин.

Для комплексного захисту компанії (а через них – й суспільства) від гібридних загроз, система корпоративної безпеки має містити окремі керівні

принципи та операційні моделі для захисту даних та працівників. Але оскільки існує широкий спектр злочинних дій, спрямованих на використання гібридного впливу, неможливо створити операційні моделі для всіх сценаріїв. У цих ситуаціях вирішальним є загальна пильність працівників, пов'язана з безпекою.

Саме тому система корпоративної безпеки в умовах гібридних загроз має містити наступні елементи:

- керівні принципи роботи компанії в умовах гібридних загроз,
- операційні моделі для захисту даних, інформації та працівників,
- план безперервності бізнесу в умовах дефіциту важливих ресурсів,
- механізми підвищення обізнаності (навчання, інформування) власників, керівництва та службовців,
- механізми обміну інформацією, пов'язаною з безпекою, між компаніями в ланцюгах поставок та вартості,
- механізми співпраці компаній з владою та службами безпеки для створення платформи з протидії гібридним загрозам.

Перелік джерел посилання

1. Joint communication to the European Parliament and the Council. Joint framework on countering hybrid threats, a European Union response, join (2016) URL:<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018>
2. Business community and hybrid threats: Report of Pasi Eronen Foundation for Defense of Democracies. Helsinki, 2018. 20p.
3. Vilmer J.-B., Escorcía A., Guillaume M., Herrera J. Information Manipulation: A Challenge for Our Democracies, report by the Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces, Paris, August 2018. 210 p.

Гришко С. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Копиця О. О.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

В умовах децентралізації збільшується роль регіонів, які відрізняються між собою промисловим, сільськогосподарським, соціальним і фінансово-інвестиційним потенціалом. Їх властивості визначають використання певної сукупності інструментів, за допомогою яких в умовах передачі ряду повноважень місцевій владі, здійснюється реалізація адміністративних і соціальних послуг для населення, зростає здатність самостійно вирішувати локальні проблеми.

Моніторинг фінансової безпеки стає надзвичайно важливим в сьогоденні умовах, оскільки ефективність системи управління фінансовою безпекою визначає тенденції в економіці регіону, забезпечує її стійкість до фінансових загроз зокрема в умовах гібридних впливів. Своєчасне виявлення негативних тенденцій у фінансовій безпеці – сприяє ранній діагностиці і запобігання кризових ситуацій.

Багатогранна фінансова безпека економічних систем і швидка мінливість ринку, вимагає їх постійного і ретельного моніторингу, як інформаційна основа для прийняття управлінських рішень.

Фінансову безпеку регіону можна розглядати як сукупність поточного стану, умов і факторів, що характеризують стабільність, стійкість і поступальний розвиток економіки регіону, його самостійність і інтеграцію з економікою країни.

Фінансова безпека регіону як система досить складне економічне явище за рахунок своєї місткої конструкції. Ця структура включає в себе ряд елементів, які визначають її поточний стан. Так, невідповідність одного з компонентів системи до значення параметру може негативно вплинути як на інший елемент системи так і на загальну фінансову безпеку регіону в цілому [1].

Таким чином, «фінансова безпека» як поняття являє собою закінчену систему, що включає автономні блоки, які визначають реальний стан фінансової безпеки регіону, місця порушення і можливості щодо їх протидії.

Складові фінансової безпеки регіону [1]:

- боргова безпека – ефективність використання як зовнішніх, так і внутрішніх запозичень, а також їх оптимальне співвідношення;
- бюджетна безпека – спроможність бюджетної системи якісно розподілити бюджетні ресурси під час реалізації своїх функцій;
- інвестиційна безпека – стан захисту інвестицій від внутрішніх і зовнішніх загроз, що запобігає їх втратам і скорочення чистих грошових потоків з точки зору прийняттого рівня ризику;
- грошово-кредитна безпека – стан грошової системи, який характеризується стабільністю валюти і доступністю кредитних ресурсів;
- банківська безпека – забезпечення реалізації основних інтересів та пріоритетних цілей банків;
- податкова безпека – стан оподаткування в регіоні, що визначається рівнем місцевого оподаткування;
- безпека сектору підприємництва – забезпечення процесу виробництва;
- безпека соціального сектору – стан соціальної стабільності і здатність протистояти соціальним загрозам.

В умовах інтеграції економіки України до світового економічного простору, першочергове значення мають дослідження перспектив функціонування регіону за напрямками ефективного використання своїх фінансових ресурсів. Багатогранні і динамічні явища фінансової безпеки, створюють необхідність в реалізації ретельного моніторингу.

Виходячи з вищесказаного, можна сказати, що алгоритм моніторингу повинен виглядати так:

- ідентифікація об'єкту моніторингу;
- визначення складових фінансової безпеки регіону та його показників;
- формування інформаційної бази моніторингу;
- розрахунок локальних показників фінансової безпеки;
- розрахунок узагальнюючого інтегрального показника фінансової безпеки регіону;
- інтерпретація результатів та визначення стану фінансової безпеки.

Фінансова безпека регіону – невід'ємна частина фінансової безпеки держави і займає важливе місце в її структурі. Зведення показників фінансової оцінки регіональної безпеки в комплексну систему дозволяє оцінити стан фінансової безпеки держави. Підвищення рівня фінансової безпеки кожного регіону забезпечить можливість забезпечити фінансову стабільність, стимулювання власного виробництва, підвищення рівня життя в регіоні. Забезпечення належної фінансової безпеки регіонів - один з важливих етапів створення сильної і стабільної фінансової безпеки України.

Перелік джерел посилання

1. Виклюк М. І. Структура фінансової безпеки регіону та характеристика її складових. *Ефективна економіка*. 2012. № 10. С.16-23.
2. Виклюк М. І. Теоретичні засади визначення суті економічної безпеки та її структури. Збірник науково-технічних праць *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.11. С. 213-220.
3. Бойко А. О. Науково-методичний підхід до оцінки фінансового потенціалу регіонів України. *Вісник Української академії банківської справи*. 2013. № 1. С. 17-23.

Гришко С. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою*

Савченко Д. Ю.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЦЕНТРУ В УМОВАХ ГІБРИДНИХ ЗАГРОЗ

Логістичний центр за визначенням ЄЕК ООН «Термінологія комбінованих перевезень» – це територіальне об'єднання незалежних компаній, що займаються вантажними перевезеннями (наприклад, транспортних посередників, операторів перевезення, митних органів) та супутніх послуг (наприклад, по зберіганню, технічному обслуговуванню та ремонту), що включає принаймні один термінал [1].

Найбільш популярним поділом логістичних центрів є класифікація, заснована на діапазоні взаємодії. Логістичні центри діляться на:

- міжнародні – з найвищим рівнем організаційного розвитку і широким набором функцій;
- регіональні – виступають в якості проміжної ланки в логістичному ланцюжку;
- місцеві – виступають в якості кінцевої ланки в сучасній логістичній або дистриб'юторській мережі;
- промислові – орієнтовані на обслуговування конкретної галузі або тісно інтегрованих виробничо-збутових ланцюжків;

Логістичні центри є точками постачання ресурсів, які локалізовані на певній території. Від безперебійності їх роботи залежить матеріальне постачання цієї території. Тому вони мають не тільки комерційне, але й безпекове значення для забезпечення нормального функціонування громади. Ця функція стає особливо важливою в умовах посилення гібридних загроз.

Термін гібридна загроза стосується дій, що проводяться державними або недержавними суб'єктами, метою яких є підриг або заподіяння шкоди цілі, впливаючи на прийняття рішень на місцевому, регіональному, державному та інституційному рівнях. Такі дії координуються та синхронізуються і навмисно спрямовані на вразливість демократичних держав та інституцій. Діяльність може відбуватися, наприклад, у політичній, економічній, військовій, цивільній або інформаційній сферах [2]. Однією з загроз для логістичного бізнесу, які виникають в умовах гібридних впливів є ситуація раптового дефіциту. У цьому випадку завдання розподілу ресурсу стає нетривіальним.

Для її вирішення істотними є такі дві обставини. З одного боку, логістична система існує для досягнення конкретних цілей. З іншого боку, місцеві розподільчі центри часто переслідують власні інтереси, які не збігаються з інтересами логістичної системи. Це дає підставу формалізувати деякі аспекти функціонування логістичних центрів в термінах теорії ігор.

Розглянемо найпростішу дворівневу модель, що складається з регіонального і деякого числа однотипних місцевих логістичних центрів. Управління такою системою ми розглянемо на прикладі задачі розподілу ресурсів. Суть цього завдання полягає в наступному: місцеві логістичні центри представляють регіональному заявкам на отримання деякого ресурсу (для простоти розглядається один вид ресурсу). На підставі цих заявок регіональний центр розподіляє наявний в його розпорядженні ресурс [3].

Нижче будуть розглянуті деякі способи, або механізми, розподілу ресурсів, кожен з яких має певні переваги і недоліки:

- механізм прямих пріоритетів: він відноситься до числа так званих пріоритетних механізмів, відмінною рисою яких є приписування кожному споживачеві деякого пріоритету;

- механізм зворотних пріоритетів: ґрунтується на припущенні, що, чим менше потрібно споживачеві ресурсу, тим більше ефективність його використання;

- конкурсний механізм: конкурсний механізм застосовується в тих випадках, коли недоцільно урізати заявки, оскільки споживачам ресурс

потрібен на реалізацію будь-яких конкретних проектів, на які меншого ресурсу не вистачить. У цих умовах центр проводить конкурс заявок: ті, хто виграють в конкурсі, отримують необхідний ресурс, а ті хто програв не отримують нічого.

– механізм відкритого управління, коли розподіл ресурсів проводиться в кілька етапів: 1) ресурс розділяється порівну між усіма споживачами, якщо заявки будь-яких споживачів виявилися не більше ніж R / n , то вони повністю задовольняються і тим самим число споживачів і ресурс центру зменшується; 2) ресурс розділяється порівну між рештою споживачів; 3) і так – доки виявляється, що не вдається задовольнити жодної заявки, що означає, що всі споживачі отримують порівну.

Для створення механізму безпеки логістичного центру в умовах гібридних загроз потрібно врахувати різні можливі недружні впливи (а також комплекс таких впливів) та розробити превентивні стратегії поведінки логістичного центру в різних випадках такого роду.

Зазначені механізми розподілу ресурсів можна покласти в основу системи безпеки логістичного центру в умовах гібридних загроз.

Перелік джерел посилання

1. Бабаєв В. М. Роль логістичних центрів в інтегрованих логістичних системах. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. 2012. №1 (3). С. 4-6.

2. Hybrid threats as a concept. URL:<https://www.hybridcoe.fi/hybrid-threats-as-a-phenomenon>.

3. Катренко А. В., Магац Д. С. Інформаційні особливості та методи розподілу ресурсів у складних організаційних системах. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка»*. 2010. № 673. С. 105-111.

Горобинська М. В.,

*к. е. н., доцент кафедри економіки та
оцінки майна підприємств,*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Сироватська К. С.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ІТ-КОМПАНІЇ

В сучасній економіці України посилюється роль людського капіталу як основного суб'єкту промислових відносин, що ефективно впливає на економічну активність організації. Корпоративна культура – важливе джерело управління та потенціального посилення конкурентних переваг.

Проблематика дослідження впливу корпоративної культури на економічну ефективність роботи підприємства досить широко розглядається в науковій літературі. Ефективність корпоративної культури в розрізі впливу на економічну ефективність іт-підприємства є перспективним напрямом дослідження. Серед досліджень та науковців ці питання висвітлені у працях Е. Шейн, С. П. Роббінс, А. Ф. Харріс, М. Армстронг, І. П. Отенко.

Метою дослідження є висвітлення впливу корпоративної культури на економічні та соціально-психологічні показники компанії.

Людський капітал, а як результат, корпоративна культура визначає результати діяльності підприємства та його конкурентоздатність, характеризує ресурсний потенціал установи. Необхідно враховувати, що якщо виявити ступінь впливу того чи іншого елементу корпоративної культури на діяльність іт-компанії, то можна проводити подальшу трансформацію та корегування окремих елементів для підвищення ефективності діяльності.

Враховуючи динамічний розвиток світового ринку послуг для іт-компаній властива така типологія корпоративної культури, як «культура особистості», яка направлена на здатність співробітника до саморозвитку, оскільки основна цінність – людський капітал. Управління в такому ракурсі носить координаційний характер та базується на близькості до ресурсів, професіоналізмі та можливості до ведення перемовин.

Проаналізувавши існуючі методики оцінки впливу корпоративної культури на економічну ефективність діяльності вчених Д. Мейстера, Р. Каплана, Д. Кравця можемо зробити висновок, що складові корпоративної культури (наприклад, ефективне лідерство, горизонтальна система управління, лояльність, динамічна структура впливають на такі показники діяльності як рівень якості кінцевого продукту, зростання продажів, плинність кадрів, продуктивність праці [1].

Додатково для оцінки корпоративної культури використовуються показники: коефіцієнт підвищення навичок та знань, коефіцієнт професійної компетенції, коефіцієнт відповідальності, коефіцієнт творчої активності, коефіцієнт задоволеності іт-компанією.

Найчастіше для аналізу і оцінки економічної та соціальної ефективності корпоративної культури обираються показники дисципліни та плинності кадрів. При високому рівні організаційної культури рівень плинності низький. Плинність кадрів призводить до підвищення невиробничих витрат, що пов'язані з відбором персоналу, навчанням, адаптацією нових кадрів.

Наприклад, в роботі І. П. Отенко проводиться аналіз динаміки кадрів – загальне число прийнятих та звільнених за даний період працівників, а також причини звільнення [2].

Іншою важливою характеристикою корпоративної культури, на думку І. П. Отенко, є виробнича дисципліна, оскільки сьогодні людський капітал – найвища цінність сучасної компанії. Безумовно, підвищення дисципліни праці є одним з найважливіших умов досягнення ефективності виробничої діяльності.

Недотримання дисципліни веде до втрат, додатковим витрат, дезорганізує виробництво [3].

На основі методик, що враховують вплив тільки одного або декількох факторів корпоративної культури, розглянемо метод ситуаційної бальної оцінки, який присвоює кожній характеристиці корпоративної культури певний бал за ефективність за п'ятибальною шкалою [4].

Оцінивши кожну з обраних характеристик і присвоївши їй певний бал, підсумуємо їх за такою формулою (1):

$$\sum I = I_1 + I_2 + I_3 + \dots + I_n \quad (1)$$

де I – характеристика організаційної культури;

n – кількість характеристик, що підлягають розгляду.

При відповідях на питання дається рейтингова оцінка ефективності кожної з обраних характеристик у відповідності з наступною шкалою:

5 – видатні результати,

4 – дуже хороші,

3 – середні досягнення,

2 – на межі необхідних,

1 – дуже слабкі результати.

Коефіцієнт впливу організаційної культури ($K_{впл}$) на ефективність роботи компанії визначаємо за формулою (2):

$$K_{впл} = \sum I / 5 n \quad (2)$$

Застосування метода ситуаційної бальної оцінки дозволить зробити точніший висновок про вплив корпоративної культури на ефективність іт-компанії.

Ефективність діяльності організації в контексті впливу корпоративної культури, в свою чергу, можна оцінити, використовуючи наступні показники: зростання продажів, плинність кадрів, коефіцієнт творчої активності, коефіцієнт впровадження новачій, коефіцієнт впровадження знань і навичок, коефіцієнт задоволеності організацією.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що відмітними рисами ефективної корпоративної культури є: високий освітній рівень працівників, їх мотивація на успіх і створення умов для постійного вдосконалення працівників і їх розвитку; ефективне керівництво і горизонтальна система управління, орієнтація на довгострокові цілі і творчий потенціал.

Перелік джерел посилання

1. Солодухин К. С. Модели поддержки принятия стратегических решений на основе системы сбалансированных показателей. *Экономические науки*. 2009. № 4 (53). С. 253-260.
2. Отенко І. П., Чепелюк М. І. Вибір стратегічних заходів формування корпоративної культури машинобудівних підприємств в процесі організаційних змін. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4878>.
3. Отенко І. П., Чепелюк М. І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 243 с.
4. Чепелюк М. І. Вплив корпоративної культури підприємства на реалізацію організаційних змін. *Наука сьогодні: теорія, методологія, практика*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Вроцлав, 28-30 вересня 2013 року). Вроцлав. Sp.zo.o. «Diamond trading tour», 2013. С. 28-29.

Гузенко Д. В.,

аспірант,

Донбаська державна машинобудівна академія

МОДЕРНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

В даний час в українській економіці активно вдосконалюються процеси її модернізації та формування інноваційної моделі економічного розвитку. Інновації сьогодні формують найбільш значущі напрямки розвитку ринку і впливають на суспільство. Розвиток інформаційних технологій надає людям необмежений доступ до інформації. Ідеї, технології, капітали, які спрямовані на задоволення нових потреб, течуть вільним потоком. За часів глобальних комунікацій, віртуальних технологій, електронної та голосової пошти і бездротових офісних технологій постійні зміни стали нормою. Суспільство пішло від стану стабільності та передбачуваності, воно стало мобільним і знаходиться у постійному розвитку.

При таких швидких змінах багато важливих завдань виникають настільки стрімко, що їх неможливо вчасно передбачити. Таким чином, в еволюції систем управління настав період управління на основі гнучких екстрених рішень. В умовах, що склалися використання процесного підходу до управління є одним з основних джерел довгострокових конкурентних переваг підприємства.

При процесному підході об'єктом управління виступає певна діяльність на підприємстві - процес. Керуючи процесами, що мають свої цілі, можливо домогтися високої ефективної діяльності за допомогою добре налагоджених горизонтальних зв'язків у вертикальній структурі управління підприємством.

Процесний підхід – це вихід на продуктивну ідею внутрішніх постачальників і споживачів, так як реальна діяльність, що приносить додану вартість, не здійснюється окремими елементами функціональної ієрархії, а пронизує підприємство у вигляді сукупності процесів.

Процесний підхід дозволяє:

– враховувати такі важливі моменти, як орієнтація на кінцевий результат, зацікавленість кожного виконавця в підвищенні якості не тільки кінцевого продукту, але і своєї роботи;

– швидко реагувати на зміни умов зовнішніх і внутрішніх факторів;

– оптимізувати обмін інформацією між функціональними підрозділами;

– реалізувати важливу рису менеджменту якості – вбудовування контролю якості в процес, замість контролю якості готової продукції.

При реалізації процесного підходу:

– виконавці мають значні повноваження, збільшується їх роль, самостійність і, отже, віддача і задоволення працею;

– керівники звільняються від поточних оперативних питань і повністю концентруються на вирішенні стратегічних, системних питань.

Таким чином, кожен керівник, замислюючись про питання підвищення ефективності діяльності свого підприємства і досягненні цілей, які б відповідали як його очікуванням, так і очікуванням акціонерів і інвесторів, рано чи пізно приходять до розуміння важливості створення такої системи управління, яка приводила б до реалізації цих цілей.

Перехід на процесно-орієнтоване управління починається з побудови кореневої моделі бізнес-процесів компанії. Для цього необхідно:

1. Виділити головні процеси – основні види робіт, дати їм назви і позначити їх межі;

2. Класифікувати основні процеси - розділити їх на управлінські і проектні;

3. Підпорядкувати процеси – побудувати їх структуру;

4. Визначити відповідальних (власника, господаря) за кожен процес - окремої людини, керівника, групу людей або підрозділ;

5. Сфокусувати відповідальність – не через функціональні обов'язки, а через процеси: «власник» процесу повинен відповідати за нього від початку до кінця;

6. Надати «власнику» процесу відповідний статус і виділити необхідні ресурси.

Опис бізнес-процесів дозволяє задати ефективну модель відповідальності, яка полегшує контроль, забезпечує результативність та якість роботи, систематизує управління. Точно вибираючи критерії оцінки ефективності, гнучко змінюючи економічні показники, можна цілеспрямовано управляти діяльністю співробітників [1, с. 24].

Процесний підхід до управління прийнятий вже більшістю компаній. Однак, опис та автоматизація бізнес-процесів не принесе очікуваних переваг від процесного управління, поки не визначені ефективні механізми та засоби контролю за бізнес-процесами. Тому виконання процесів має контролюватися, і будь-які відхилення повинні бути скориговані. Причини незадовільної роботи, а відповідно, і потенціал для майбутніх поліпшень можуть бути виявлені тільки за допомогою комбінації заздалегідь визначених ключових показників результативності процесів (KPI – Key Performance Indicators [2, с. 103]).

Удосконалення бізнес-процесів охоплює весь діапазон дій, починаючи від поступової модернізації роботи окремих підрозділів підприємства і закінчуючи повним перепроєктуванням всієї структури. Мета модернізації бізнес-процесів – перетворення підприємства таким чином, щоб воно найбільшою мірою задовольняло вимогам інформаційної ери і ідеології управління з точки зору процесного підходу.

Модернізація бізнес-процесів необхідна в наступних випадках:

- у підприємства значно змінилися або розширилися мети;
- істотно змінилися потреби, вимоги або бажання клієнтів.

Автоматизація бізнес-процесів передбачає наявність набору «правил», які набагато складніше порушити, ніж регламент або посадову інструкцію.

Велика частина інформаційних систем і технологій ґрунтується на функціональному підході, який закладений в їх архітектурі, і подібні розробки не дають повноцінних можливостей для управління бізнес-процесами. Однак важливість бізнес-процесів була так очевидна на етапі впровадження ERP-систем, що їх провідні виробники стали визначати свої програмні продукти як «процесно-орієнтовані». Проблема, однак, полягала в тому, що

через невідповідність вимогам підтримки основоположних бізнес-процесів багато впроваджені ERP-системи не принесли очікуваного ефекту і не виправдали інвестицій. Виробники ERP-систем визнали існування цієї проблеми і негайно запропонували замовникам зайнятися оптимізацією ERP-систем після їх впровадження.

Найбільш повно процесно-орієнтований підхід реалізований в рішеннях, які базуються на технології Workflow або BPM (Business Process Management - управління бізнес-процесами), де під терміном Workflow розуміється управління потоком робіт і через нього – бізнес-процесом. Згідно глосарію міжнародної організації Workflow Management Coalition (WfMC), Workflow – це автоматизація, повна або часткова, бізнес-процесу, при якій документи, інформація або завдання передаються для виконання необхідних дій від одного учасника до іншого відповідно до набору процедурних правил.

Зараз ідеологія Workflow приймається на озброєння багатьма виробниками інформаційних систем управління підприємством [2, с. 49].

Найбільш ефективним є організація контролю процесів з використанням інформаційних технологій, що дозволяє збирати в автоматичному режимі велике число ключових показників результативності (KPI) і використовувати найбільш ефективні способи аналізу.

За допомогою спеціалізованих інформаційних систем стає можливим збирати різні характеристики процесів, такі як час, вартість, якість та інші. Крім цього, збираються дані по процесам, які можуть протікати в різних класах інформаційних систем (ERP, CRM, SCM і т.д.) за допомогою спеціальних агентів – адаптерів, які підключаються до систем і збирають необхідну інформацію по процесах.

Після збору, дані інтегруються в базі даних і згодом аналізуються відповідно до ключовими показниками результативності, закладеними в системі.

Унікальність спеціалізованих систем полягає в тому, що вони дозволяють аналізувати сукупність процесів, що тягнуться з різних інформаційних систем, створюючи, таким чином, єдиний погляд на бізнес-процес, в рамках якого використовується кілька різних інформаційних систем.

Головною метою модернізації і перепроєктування бізнес-процесів є поліпшення показників результативності.

Ключовими властивостями бізнес-процесу є те, що це – кінцева і взаємопов'язана сукупність дій, що визначається відносинами, мотивами, обмеженнями і ресурсами всередині кінцевого безлічі суб'єктів і об'єктів, які об'єднуються в систему заради спільних інтересів з метою отримання конкретного результату, відчужуваного або споживаного самою системою.

Бізнес не є статичним, тому завжди виникають можливості для його поліпшення. Замкнутий цикл управління бізнес-процесами дозволяє вивести на новий рівень якість управлінської роботи, своєчасно виявляти недоліки в роботі підприємства і усувати причини відхилень різних показників його діяльності.

Націленість на результат – відмінна риса модернізації управління бізнес-процесами, причому ця націленість на результат повинна підтверджуватися відповідними ресурсами і відповідною системою мотивації персоналу компанії, а також узгодженістю дій підрозділів в рамках взаємопов'язаних і взаємозалежних бізнес-процесів, які проходять через них. Саме тоді компанія буде рухатися до наміченої мети як єдине ціле.

Перелік джерел посилання

1. Кондратьев В. В., Кузнецов М. Н. Показываем бизнес-процессы. Москва: Эксмо, 2008. 480 с.

50. Коптелов А., Крохин В. Информационные системы в контроллинге бизнес-процессов. *ВУТЕ Россия*. 2005. № 10 (86). С. 45-57.

Діденко Є. В.

к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

МОДЕЛЬ ПРОСУВАННЯ КРУЇЗНИХ ТУРІВ НА РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКАХ

Інтернет-технології в цей час відіграють визначальну роль в розвитку нових видів діяльності підприємств, які надають туристичні послуги. Особливо яскраво цей вплив простежується у вирішенні питань, пов'язаних з просуванням нових напрямків туристичної діяльності в умовах ризику та невизначеності. Тому з метою опрацювання шляхів просування круїзних турів, вивчення впливу реклами та інших маркетингових засобів на просування круїзних турів створено модель і проведено необхідні комп'ютерні розрахунки.

Теоретичним фундаментом дослідження слугували роботи з моделювання Р. Шеннона, А. Наматаме, Б. Зейглера, Дж.Форрестера та багатьох інших [1-6]. Динамічна природа просування круїзних турів обумовила обрання класу імітаційних моделей поведінки туроператора на ринку круїзних послуг як CASE орієнтованого інструменту здійснення оптимізаційного математичного програмування діяльності туроператорів. Ідея полягає в визначенні поведінки окремих агентів ринку, або описі окремого процесу, виходячи з аналізу закономірностей спільної, глобальної поведінки всіх відомих агентів, або руху всіх відомих процесів одночасно. Тоді просування круїзних турів стає функцією змінних, які динамічно змінюються за відомими законами зміни. В результаті отримуємо дослідження нових залежностей на базі тих, для яких вже знайдені природа та характер зміни.

Центральною проблемою комп'ютерних експериментів зі сценаріями просування нової туристичної діяльності є написання коду програми. Аналіз

ситуації показав переваги використання програмних засобів Anylogic як інструменту для автоматизації побудови програмного коду. Серед аналогів GPSS World, iThink, Arena, ARIS та інших він виділяється своїм графічним інтерфейсом, інтеграцією з геоінформаційними системами, використанням мови програмування Java й іншими перевагами. Фрагмент коду Java програми «tour.alp», яка дозволяє розглянути різні сценарії просування круїзних турів, показаний на рис. 1.

```

1 package tour;
2
3 import java.io.Serializable;
4
59 public class Main extends Agent
60 {
61 // Параметри
62 public
63 double Purchase;
64
65 /**
66 * Возвращает значение по умолчанию параметра <code>Purchase</code>.
67 * <i>Пользователь не должен вызывать этот метод</i>
68 */
69 @AnyLogicInternalCodegenAPI
70 public double _Purchase_DefaultValue_xjal() {
71 final Main self = this;
72 return
73 20
74 ;
75 }
76
77 public void set_Purchase( double Purchase ) {
78 if (Purchase == this.Purchase) {
79 return;
80 }
81 double _oldValue_xjal = this.Purchase;
82 this.Purchase = Purchase;
83 onChange_Purchase_xjal( _oldValue_xjal );
84 onChange();
85 }
86
87 /**
88 * Calls "On change" action for parameter Purchase.<br>
89 * Note that 'oldValue' in that action will be unavailable if this method is called by user
90 * (current parameter value will be passed as 'oldValue').<br>
91 * Please call <code>set_Purchase</code> method instead.
92 */
93 protected void onChange_Purchase() {
94 onChange_Purchase_xjal( Purchase );
95 }
96
97 @AnyLogicInternalCodegenAPI
98 protected void onChange_Purchase_xjal( double oldValue ) {
99 }
100
101 public
102 double Contact;
103
104 /**
105 * Возвращает значение по умолчанию параметра <code>Contact</code>.
106 * <i>Пользователь не должен вызывать этот метод</i>
107 */
108 @AnyLogicInternalCodegenAPI
109 public double _Contact_DefaultValue_xjal() {
110 final Main self = this;
111 return
112
113 ;
114 }
115
116
117
118
119
120
121 @AnyLogicInternalCodegenAPI
122 public double _Contact_DefaultValue_xjal() {
123 final Main self = this;
124 return
125
126 ;
127 }
128
129
130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200
201
202
203
204
205
206
207
208
209
210
211
212
213
214
215
216
217
218
219
220
221
222
223
224
225
226
227
228
229
230
231
232
233
234
235
236
237
238
239
240
241
242
243
244
245
246
247
248
249
250
251
252
253
254
255
256
257
258
259
260
261
262
263
264
265
266
267
268
269
270
271
272
273
274
275
276
277
278
279
280
281
282
283
284
285
286
287
288
289
290
291
292
293
294
295
296
297
298
299
300
301
302
303
304
305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355
356
357
358
359
360
361
362
363
364
365
366
367
368
369
370
371
372
373
374
375
376
377
378
379
380
381
382
383
384
385
386
387
388
389
390
391
392
393
394
395
396
397
398
399
400
401
402
403
404
405
406
407
408
409
410
411
412
413
414
415
416
417
418
419
420
421
422
423
424
425
426
427
428
429
430
431
432
433
434
435
436
437
438
439
440
441
442
443
444
445
446
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
459
460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
470
471
472
473
474
475
476
477
478
479
480
481
482
483
484
485
486
487
488
489
490
491
492
493
494
495
496
497
498
499
500
501
502
503
504
505
506
507
508
509
510
511
512
513
514
515
516
517
518
519
520
521
522
523
524
525
526
527
528
529
530
531
532
533
534
535
536
537
538
539
540
541
542
543
544
545
546
547
548
549
550
551
552
553
554
555
556
557
558
559
560
561
562
563
564
565
566
567
568
569
570
571
572
573
574
575
576
577
578
579
580
581
582
583
584
585
586
587
588
589
590
591
592
593
594
595
596
597
598
599
600
601
602
603
604
605
606
607
608
609
610
611
612
613
614
615
616
617
618
619
620
621
622
623
624
625
626
627
628
629
630
631
632
633
634
635
636
637
638
639
640
641
642
643
644
645
646
647
648
649
650
651
652
653
654
655
656
657
658
659
660
661
662
663
664
665
666
667
668
669
670
671
672
673
674
675
676
677
678
679
680
681
682
683
684
685
686
687
688
689
690
691
692
693
694
695
696
697
698
699
700
701
702
703
704
705
706
707
708
709
710
711
712
713
714
715
716
717
718
719
720
721
722
723
724
725
726
727
728
729
730
731
732
733
734
735
736
737
738
739
740
741
742
743
744
745
746
747
748
749
750
751
752
753
754
755
756
757
758
759
760
761
762
763
764
765
766
767
768
769
770
771
772
773
774
775
776
777
778
779
780
781
782
783
784
785
786
787
788
789
790
791
792
793
794
795
796
797
798
799
800
801
802
803
804
805
806
807
808
809
810
811
812
813
814
815
816
817
818
819
820
821
822
823
824
825
826
827
828
829
830
831
832
833
834
835
836
837
838
839
840
841
842
843
844
845
846
847
848
849
850
851
852
853
854
855
856
857
858
859
860
861
862
863
864
865
866
867
868
869
870
871
872
873
874
875
876
877
878
879
880
881
882
883
884
885
886
887
888
889
890
891
892
893
894
895
896
897
898
899
900
901
902
903
904
905
906
907
908
909
910
911
912
913
914
915
916
917
918
919
920
921
922
923
924
925
926
927
928
929
930
931
932
933
934
935
936
937
938
939
940
941
942
943
944
945
946
947
948
949
950
951
952
953
954
955
956
957
958
959
960
961
962
963
964
965
966
967
968
969
970
971
972
973
974
975
976
977
978
979
980
981
982
983
984
985
986
987
988
989
990
991
992
993
994
995
996
997
998
999
1000

```

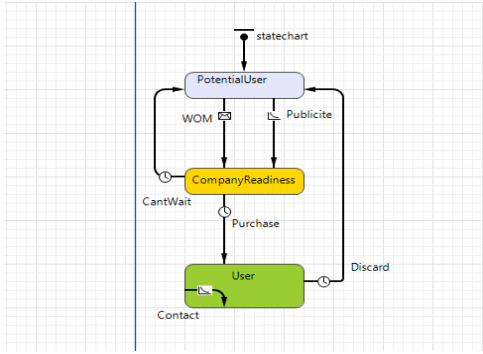
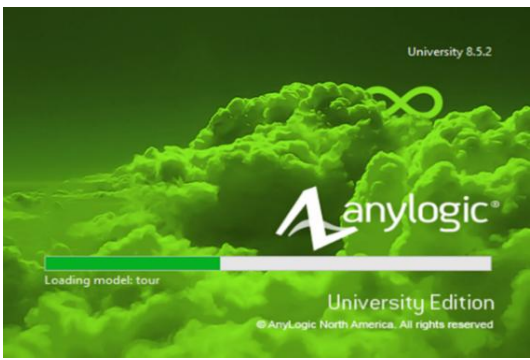


Рисунок 1 – Фрагменти програмного коду та алгоритм програми

Вихідна статистика моделі: клієнти круїзних турів становлять за даними асоціації MedCruise (<https://www.medcruise.com/2019-statistics-cruise-activities-in-medcruise-ports>) та Florida-Caribbean Cruise Association (<https://issuu.com/fcca/docs/2019-cruise-industry-overview-and-s>) 1,9% з 1,5 мільярдів туристів, які за даними UNWTO подорожують світом (<https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy#:~:text=1.5%20billion%20international%20tourist%20arrivals,in%20view>

%20of%20current%20uncertainie); в Харківській області, яку обрано в якості регіонального туристичного ринку проживає 0,06 % українського населення, що становить 4,8 млн. * 0,019 = 0,09 млн. можливих клієнтів круїзних турів (де 4,8 млн. осіб – статистика міжнародного туризму в Україні на 2019 рік).

У цільовій рекламній області кількість потенційних клієнтів круїзних турів 0,09 млн. * 0,06 % = 5400 осіб. У моделі, з урахуванням негативних явищ, які спричиняє пандемія COVID 2019, нами було обрано максимум 5000 потенційних клієнтів. Модель також враховувала динамічні ефекти реклами (Publicite), живого спілкування з клієнтами (WOM), бронювання турів (Contact), пошук нового туру (Discard), частота відхилення підтвердження бронювання (CantWait), які представлені на схемі алгоритму функціонування моделі (див. рис. 2).

Основна ідея, яку було покладено у роботу цієї моделі, полягала у вивченні впливу змін вказаних параметрів моделі на кількість потенційних споживачів, яких можливо залучити до круїзного туризму.

Результати випробувань показали сильну залежність кількості клієнтів від доступності та ефективності реклами.

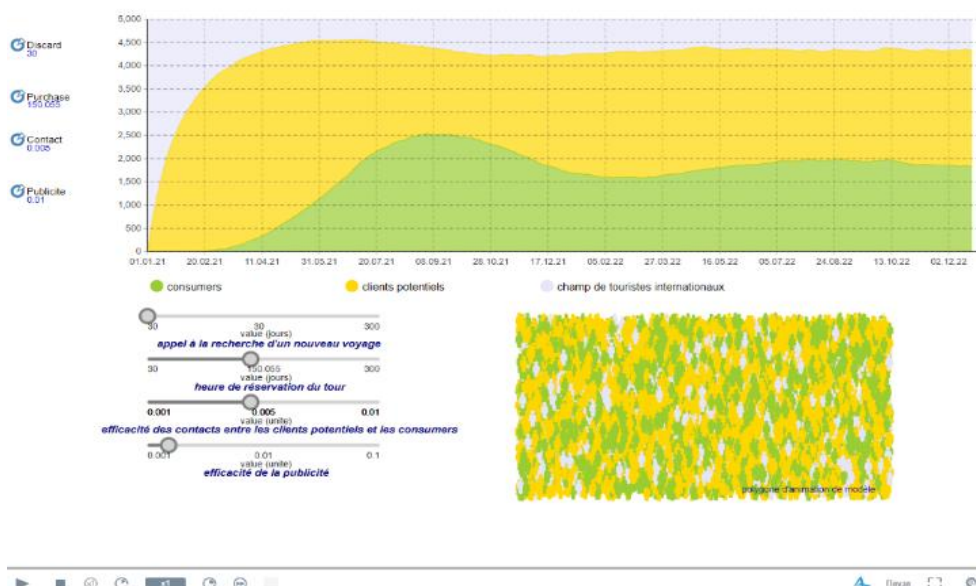


Рисунок 2 – Моделювання просування круїзів

Після вивчення різних сценаріїв з просування круїзних турів, див. рис. 3, було знайдено найкращі умови для поєднання реклами з іншими атракційними заходами, необхідними для розвитку круїзної діяльності та просування круїзних турів на регіональних туристичних ринках України.



Рисунок 3 – Сценарії просування круїзу

Аналіз варіантів показав, що для Харківської області не слід очікувати залучення більше ніж 2500 клієнтів круїзного туризму, але цей потенціал є і його слід використати для задоволення попиту споживачів.

В Україні можливості сучасних CASE технологій ще недостатньо використовуються для побудови моделей, інформатизації концептуальних рішень, оптимізації та ефективного використання програмного забезпечення. Наприклад, США вкладають понад 1 млрд доларів на рік у розвиток програмного забезпечення підтримки прийняття ділових рішень. Подібна ситуація спостерігається на ринку програмного забезпечення Китайської Народної Республіки.

Отже, в Україні необхідно активізувати зусилля щодо використання потенціалу комп'ютеризації діяльності туристичних агентств: напрямок використання модельних експериментів з застосуванням новітнього програмного забезпечення має значний потенціал у вирішенні завдань

розвитку круїзної діяльності. У той же час неможливо отримати результати модельного експерименту без участі фахівця, відповідального за прийняття рішень щодо оптимізації, що накладає, в свою чергу, певну міру відповідальності на особу, за утримання частини ризиків оптимізаційних рішень.

Перелік джерел посилання

1. Robert E. Shannon. System simulation. The art and science. New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1975. 418 p.

2. Akira Namatame, Shu-Heng Chen. Agent-Based Modeling and Network Dynamics. New York: Oxford University Press, 2016. 338 p.

3. Bernard P. Zeigler, Alexandre Muzy, Ernesto Kofman. Theory of modeling and simulation. Discrete event and iterative system computational foundations. London: Elsevier Inc. Academic Press, 2019. 656 p.

4. Forrester, Jay. 1958. Industrial Dynamics: A Major Breakthrough for Decision Makers. Harvard Business Review, Vol. 36, No. 4, p. 37-66.

5. Борщев А. В. Как построить простые, красивые и полезные модели сложных систем. *Имитационное моделирование*. Теория и практика: материалы конференции ИММОД-2013. URL: [http://simulation.su /static/ru-immod-2013.html](http://simulation.su/static/ru-immod-2013.html).

6. Соколовська З. М. Імітаційне моделювання бізнес-процесів складних економічних систем. *Праці Одеського політехнічного університету*: науковий та науково-виробничий збірник. Одеса. 2011. Вип. 3(37). С. 135-141.

Діденко Є. В.,

*к.е.н, доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Бабаєв Рахман,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному бізнес-середовищі значення інформації постійно зростає, інформація набуває великої цінності не тільки з точки зору державної таємниці, а й в комерційному плані. Інформація є одним з основних факторів ефективної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки.

Теоретико-методичні та організаційні аспекти інформаційно-аналітичного забезпечення системи економічної безпеки підприємства досліджувалися багатьма науковцями, серед яких: О. І. Аврамченко [1], О. С. Воронко [2], І. В. Горячківська [3], І. В. Садчикова, В. С. Садчиков [4], Х. Я. Яремик, М. І. Яремик [5] та інші.

До початку 90-х рр. минулого століття вітчизняні підприємства, практично не відчували ніяких ризиків у своїй діяльності, оскільки вони знаходились в державній власності та були пов'язані договорами-зобов'язаннями держзамовлення. У свою чергу, державні інтереси в галузі економіки жорстко захищались правоохоронними органами та спецслужбами. Тепер ситуація кардинально змінилась. Будь-який господарюючий суб'єкт, незалежно від обсягу його робочих активів, знаходиться в оточенні різноманітних ризиків, які здатні миттєво знищити фінансові та матеріальні

ресурси. Водночас державні структури, що мають стояти на захисті підприємництва, фактично не діють.

Виходячи з викладеного, можна зробити висновок про необхідність створення на підприємстві такого структурного підрозділу, на який будуть покладені функції інформаційного центра із завданнями збирання, обробки та аналізу інформації, яка буде забезпечувати прийняття керівництвом важливих управлінських рішень. На сучасному підприємстві таким підрозділом може бути інформаційно-аналітичний відділ (центр, служба).

Необхідність існування цієї структури викликана наступними факторами: правова незахищеність підприємницьких структур та відсутність закону про комерційну таємницю; відсутність централізованих інформаційно-довідкових систем типу зарубіжних кредитних бюро; активну участь кримінальних елементів у бізнесі та їх величезний тиск на комерційні підприємства; значний рівень корумпованості чиновницького апарату і державних правоохоронних органів; використання в конкурентній боротьбі агресивних форм і методів протиборства; низька компетентність більшості підприємців в питаннях безпеки; здійснення ними без належного вивчення ринку, партнерів і клієнтів вельми ризикованих угод; обман держави переважною більшістю підприємців із-за недосконалих механізмів податкової політики; розмах промислового шпигунства [1-2].

Ринкова економіка сьогодні, яка побудована на конкуренції, надзвичайно динамічна та ризикована. В умовах ризику і не визначності істотно зростає роль повної, своєчасної та достовірної інформації як основи для прийняття важливих управлінських рішень. Ефективне функціонування підприємства у сучасному конкурентному середовищі неможлива без отримання інформаційно-аналітичних даних. Досягнення переваги в конкурентній боротьбі, та і в цілому економічне виживання не можливе без знань намірів конкурентів, основних тенденцій ділового та політичного життя, аналізу ризиків та інших факторів, впливаючих на підприємницьку діяльність.

У результаті проведених досліджень можна зробити висновок, що створення інформаційно-аналітичного забезпечення системи економічної безпеки підприємства є важливою проблемою українських підприємств, так як відсутність інформації про діяльність конкурентів, відмова їх вивчення або недооцінка важливості цього аспекту є шляхом до регресу та занепаду підприємства. Таким чином, інформаційно-аналітичне забезпечення системи економічної безпеки підприємства дозволяє істотно мінімізувати неминучі витрати та втрати при побудові відносин з конкурентами, контрагентами, державними та муніципальними органами, і також може бути ефективним при плануванні бізнес-моделі розвитку підприємства.

Перелік джерел посилання

1. Аврамченко О. І. Формування систем інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. *International scientific journal*. 2015. № 9. С. 77-80.
2. Воронко О. С. Особливості формування інформаційно-аналітичного забезпечення у сфері управління економічною безпекою. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2016. Вип. 50. С. 148-152.
3. Горячківська І. В. Теоретичні підходи до трактування поняття інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 1. С. 24-31.
4. Садчикова І. В., Садчиков В. С. Концептуальні засади інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. *Фінансові дослідження*. 2016. № 1. С. 87-95.
5. Яремик Х. Я., Яремик М. І. Організація інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 125-129.

Довгопол Н. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Ігуменцева Н. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ

Сучасні умови господарювання визначають для підприємств свої правила поведінки на конкурентному ринку. Ринкова практика демонструє нові, сучасні методи, інструменти та підходи до управління організаціями, дозволяють в майбутньому формувати переваги серед конкурентів і підвищувати свою конкурентоспроможність.

У світовій практиці одним з таких методів є спеціальні управлінські інструменти з моніторингу конкурентів (benchmarking) і запозичення передового досвіду (bestpractices).

В основі бенчмаркінгу лежить концепція постійного вдосконалення діяльності, яка передбачає безперервний цикл планування, координації, мотивації і оцінки дій з метою сталого поліпшення роботи організації [1]. Актуальність бенчмаркінгу не тільки в тому, що відповідає необхідність «винаходити велосипед», а в тому, що вивчаючи досягнення і помилки інших компаній, можна розробити власну максимально ефективну модель бізнесу.

Якщо звернутися до публікацій [2-5], які присвячені стратегії розвитку підприємств, то аналіз результатів, отриманих іншими вітчизняними і зарубіжними вченими, показує, що вони акцентують свій погляд на

теоретичних і методологічних аспектах формування стратегії розвитку підприємств, факторах, що впливають на ефективність обраної стратегії, але без пропозиції конкретних технологій з отримання практичних результатів.

Метою роботи є розробка інформаційної комп'ютерної технології (ІКТ) формування стратегії розвитку підприємства на основі методів бенчмаркінгу в довільній предметній області для використання в діяльності суб'єктів підприємництва з пошуку, оцінки і прийняття ефективних управлінських рішень.

Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

- 1) вибрати базову модель;
- 2) розробити модель формування стратегії розвитку підприємства на основі методів бенчмаркінгу;
- 3) розробити ІКТ на основі отриманої моделі.

У зв'язку з обмеженими можливостями застосування в управлінні і маркетингу економіко-математичних методів, відсутністю в багатьох випадках статистичної та іншої інформації, а також надійних методів визначення відповідності економіко-математичних моделей реальним об'єктам, експертні оцінки є єдиним засобом вирішення багатьох завдань.

До переваг експертних оцінок можна віднести простоту застосування для прогнозування практично будь-яких ситуацій, в тому числі в умовах неповної інформації [6].

Тому за основу роботи взято метод вербального аналізу «ОРКЛАС» (ординарна класифікація альтернатив) [7], який оперує трьома поняттями - альтернатива, критерій (і його значення) і клас.

Модель формування стратегії розвитку підприємства на основі методів бенчмаркінгу і «ОРКЛАС» представлена на рис. 1.

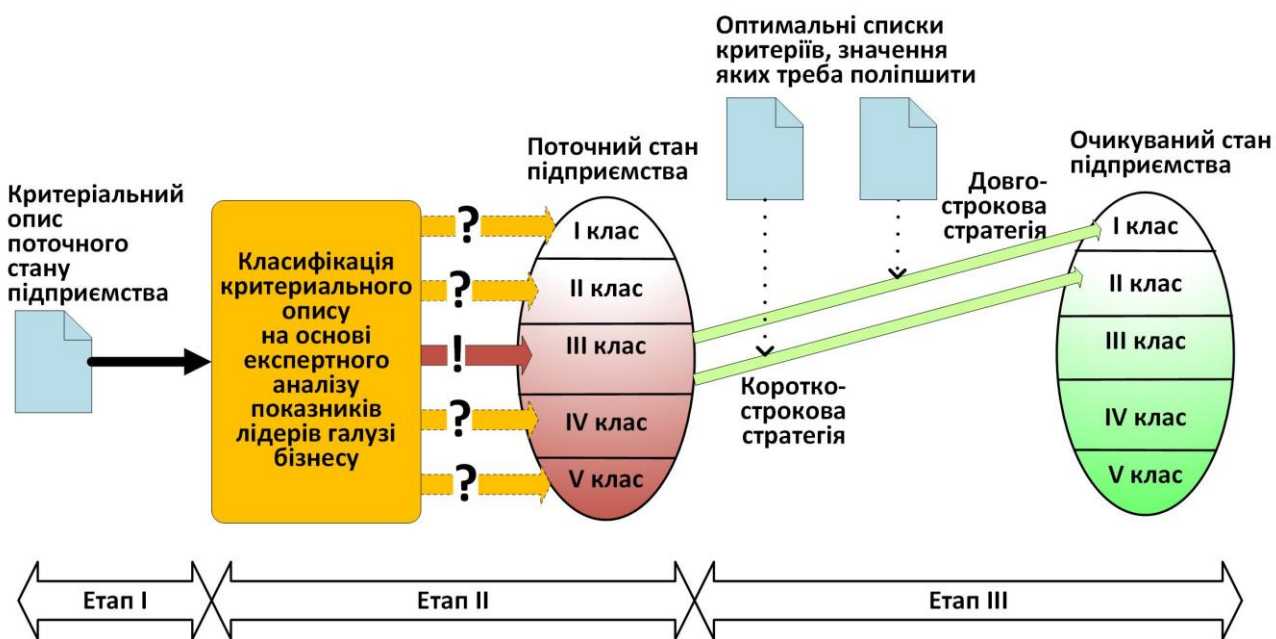


Рисунок 1 – Модель формування стратегії розвитку підприємства на основі методів бенчмаркінгу

Формування стратегії складається з 3 етапів:

- етап I: Інформаційна підготовка до оцінки діяльності підприємства. Поточний стан підприємства визначається як набір значень критеріїв, якими описується діяльність лідерів даної галузі бізнесу після проведення бенчмаркінгу;
- етап II: Класифікація поточного стану підприємства по відношенню до показників лідерів даної галузі бізнесу;
- етап III: Визначення стратегій розвитку підприємства. Автоматично визначаються оптимальні зміни (стратегія), реалізація яких дозволить поліпшити поточний стан підприємства. Стратегія може бути як короткостроковою (перехід до наступного «кращого» класу), так і довгостроковою (перехід до «кращого» класу).

ІКТ створена на основі розробленої моделі формування стратегії розвитку підприємства. Як продукт, ІКТ є web-додаток, за допомогою якого група експертів, які мають достатній досвід в предметній області:

1) проводить інформаційну підготовку до оцінки діяльності підприємства, для чого: після аналізу діяльності лідерів даної галузі бізнесу визначаються критерії, що описують їх стан. Наприклад, опис менеджменту, політики і стратегії, роботи з персоналом, партнерства і ресурсів, стану процесів, ставлення до споживачів, ставлення до суспільства, основні результати діяльності і т. і. Кожному критерію присвоюється кілька якісних значень. Назва критеріїв і їх значень заносяться в систему; всі можливі стани підприємства розбиваються на класи. Певний стан підприємства належить певному класу від кращого (I класу) до гірших. Кожному класу відповідає своя безліч наборів значень критеріїв. Як показує практика, досить розбиття на 5 класів, наприклад: «Стабільний розвиток»; «Тенденція до розвитку»; «Рівновага»; «Тенденція до стагнації»; «Стагнація». Певні назви класів заносяться в систему;

2) після введення в діалоговому режимі значень всіх критеріїв (опису поточного стану підприємства) отримує рекомендації щодо того, які значення яких критеріїв і до якої міри необхідно поліпшити, щоб підприємство «перейшло» в наступний кращий клас – короткострокова стратегія, або ж кращий клас – довгострокова стратегія розвитку підприємства;

3) після реалізації змін формування стратегії повторюється з потрібною періодичністю до досягнення цілей підприємства.

Монетизація ІКТ як продукту може бути реалізована наступним чином: введення критеріїв, їх значень, назв класів, побудова вирішального правила і визначення (класифікація) поточного стану підприємства – безкоштовно, а формування стратегії – за оплату.

Висновки: розроблена модель формування стратегії розвитку підприємства в довільній предметній області і створена на її основі ІКТ близькі до людського способу оцінювання; оснований на знаннях; видають однозначний результат; видають експертні рекомендації з побудови короткострокових і довгострокових стратегій; їх досить просто реалізувати.

Побудовані за представленою ІКТ web-додатки прості в експлуатації і можуть бути використані в діяльності суб'єктів підприємництва з пошуку, оцінки і прийняття ефективних управлінських рішень.

Перелік джерел посилання

1. Данилов І. П., Михайлова С. В., Данилова Т. В. Бенчмаркінг – ефективний інструмент підвищення конкурентоспособності. *Стандарти и качество*. 2005. № 2. С. 6.

2. Жихарева В. В., Савельєва Т. М. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. *Електронне наукове видання «Економіка та суспільство»*. 2017. Випуск 9. С. 423-427. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-9/16-stati-9/878-zhikhareva-v-v-saveleva-t-m>. (дата звернення 15.11.2017).

3. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Економіка та управління підприємствами. 2017. Випуск № 1 (7). С. 85-90.

4. Савченко Ю. Т. Формування стратегії розвитку машинобудівних підприємств у ланцюгу поставок. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811. Логістика. С. 316-324.

5. Гуца О. Н., Ельчанинов Д. Б., Порван А. П., Якубовская С. В. Системы поддержки принятия решений в управлении проектами, основанные на качественных методах. *Вісник НТУ «ХП»*. Серія: Системний аналіз, управління та інформаційні технології. Харків: НТУ «ХП». 2017. № 3(1225). С. 82-88. DOI: 10.20998/2413-3000.2017.1225.15.

6. Ларичев О. И. Вербальный анализ решений. Москва: Наука, 2006. 181 с.

7. Гуца О. Н. Процедура определения миссии, стратегии развития и ценностей организации. *Інноваційна економіка*. 2013. № 7(45). С. 335-338.

Довгопол Н. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Ігуменцева Н. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

НЕПАРАМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО ПРОТИКОРОНАВІРУСНОЇ ВАКЦИНАЦІЇ

На ринку медичних послуг такий товар як епідеміологічна безпека є найважливішим чистим товаром суспільного споживання. Тож, усі протиепідемічні заходи мають властивості будь-якого товару суспільного споживання. В разі, якщо українська держава прийме вакцинацію як головний метод боротьби з епідемією коронавірусу, вона стикнеться з негативною екстерналією у вигляді протидії, незгоди.

Тож ставлення громадян до вакцинації взагалі і до COVID-19 зокрема набуває не стільки санітарно-епідеміологічного, але перш за все – соціально-економічного значення.

Протягом останніх 15-20 років в Україні спостерігається саботування вакцинації.

Опір вакцинації є свого роду негативною екстерналією, бо не тільки не дає змоги реалізуватися позитивну екстерналію у вигляді суспільного імунітету, а і у вигляді росту прямих державних видатків на лікування.

Знання про диференціацію ставлення населення до щеплення від COVID-19 дозволить уряду використовувати адекватні канали агітації і розробити ефективні методи соціального примушення до вакцинації. Тож стратифікація

населення за ставленням до вакцинації від COVID-19 явилася метою дослідження. Об'єктом спостереження було обрано групу ризику, тобто громадян віком від 55 років. Регіон спостереження – м. Харків.

Опитування респондентів проводилося у два етапи: в періоди весняного і осіннього загострення епідемії. Обсяг вибірки сягав 167 людей.

Під час дослідження було проведено статистичне оцінювання зміщення ставлення населення до вакцинації по вікових, освітніх та статевих групах. Для перевірки гіпотези про суттєвість впливу другої хвилі коронавірусу на згоду людей вакцинуватися було проведено серію повторних парних спостережень експерименту «до – після».

Первинний аналіз результатів опитування виявив безсумнівну перевагу негативного ставлення до щеплення як навесні, так і восени. Тож, було висунуто нульову гіпотезу про те, що в генеральній сукупності частки протилежних відгуків у таблиці спряженості ознак 2×2 (+ –) і (– +) однакові, тобто піврічна історія епідемії коронавірусу значно не вплинула на ставлення до щеплення, іншими словами, нульова гіпотеза стверджує, що в населенні частка тих, хто змінив сприятливе ставлення на несприятливе, дорівнює частці тих, хто зробив навпаки.

Оскільки сума діагональних частот (A + D) перевищує 50, в усіх трьох таблицях взаємоспряженості, був використаний критерій

$$\chi^2 = \frac{(|A - D| - 1)^2}{A + D}, df = 1.$$

Розраховані значення χ^2 значно перевищують критичне значення $\chi^2 = 6,63$ при $\alpha = 0,01$ та $df = 1$ і становлять 44,41; 30,82 та 17,25 для всього населення, чоловіків і жінок відповідно. Тож нульова гіпотеза відкидається, і можна стверджувати, що друга хвиля епідемії спонукала населення більш прихильно ставитися до вакцинації.

Нульова гіпотеза про незалежність освіти і згоди на вакцинацію від коронавірусу також перевірялась критерієм Пірсона, значення якого становили 0,07 навесні і 0,59 восени. Тож, якщо на першій хвилі коронавірусу респонденти піддержували або не піддержували щеплення, без будь-якої залежності від своєї освіти, то восени маємо статистично високу освітню обумовленість (59 %).

Було висунуто гіпотезу про ефективний вплив другої хвилі епідемії на розподіл населення як за ставленням до вакцинації, так і за освітньою структурою.

Розраховане значення Q-критерія $= 23,2 > \chi^2_{p=0,99; k=3} = 6,33$, що дозволяє відхилити нульову гіпотезу H_0 : «немає різниці у впливові на групи». Тож, можна стверджувати з вірогідністю 99 % , що восени індивіди з групи ризику (старші за 55 років), що мають середню і середню спеціальну освіту, змінили своє ставлення до протикоронавірусного щеплення на прихильне. Цей же висновок підтверджує і коефіцієнт Пірсона, хоча й на меншій рівні довіри $p = 96,5$ %. В цей же час респонденти з вищою освітою не змінили свого ставлення до вакцинації, а серед представників технічної інтелігенції навіть збільшилась кількість незгодних.

Аналогічно перевірялися припущення щодо впливу віку респондентів, тим більше, що перші дві групи переважно включають працюючих осіб.

Як і у разі з освітньою, вікова стратифікація населення із незначущою навесні ($\chi^2 = 8,597$ менше критичного 9,488 на рівні $p = 95$ %) перетворилася в важливу восени. З 90% ймовірністю можна стверджувати, що особи працездатного віку (55-65 років) в більшості згодні зі щепленням від COVID-19.

Коефіцієнт Кохрена Q підтвердив дієвість впливу «до – після» на вікову структуру відповідей на довірчому рівні $\alpha = 0,05$.

Щоб оцінити довіру респондентів до МОЗ України на другому етапі дослідження згодним на вакцинацію респондентам пропонувалося питання

«Якій вакцині Ви віддали би перевагу: а) безкоштовній, ліцензованій державою; б) купленої Вами за особистим міркуванням?»

Аналіз одержаних таблиць спряженості з використанням χ^2 -критерію дозволив відхилити гіпотезу про вплив віку на вибір вакцини на рівні $p = 95\%$. Втім рівень освіти на високому рівні 99% довіри довів, що індивіди з вищою освітою віддають перевагу можливості вибирати вакцину, незважаючи на особисті витрати.

Проведене дослідження прояснює напрямки санітарно-агітаційної роботи щодо залучення населення до вакцинації. Перш за все – це літні люди (віком за 70 років) і так звані «технарі». На нашу думку, до першої групи більш підійшли би методи Коуза. Наприклад, грошова премія за щеплення і юридично оформлена відмова від державного лікування в разі захворювання на COVID-19. Щодо технічної інтелігенції, то тут треба усунути асиметрію інформації і забезпечити найширшу можливість обирати вакцину самому пацієнтові.

В усякому разі уряд повинен як найточніше оцінити граничну суспільну вартість епідемії, щоб система штрафів і система регулювання були ефективними.

Перелік джерел посилання

1. Голубева А. Р. Зависимость экономической политики от влияния неэкономических факторов: вирус COVID-19. *E-SCIO*. 2020. № 4. С. 116-123.
2. Ігуменцева Н. В., Пахомов В. І. Статистичний аналіз результатів експериментів та спостережень. Навч. посібник. Х.: «Компанія СМІТ». 2005. 236 с.
3. Coase, Ronald H. The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*. 1960. № 3. P.1-44.
4. Стігліц, Джозеф Е. Економіка державного сектора / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основи, 1998. 854 с.

Іванова В. Б.,
*старший викладач кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Бузецька К. І.,
*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ

Сьогодні цифрова економіка є одним з найважливіших чинників економічного зростання та формування нової якості життя. Лідери світової економіки розглядають цифровізацію як першочерговий напрямок інноваційного розвитку виробничо-економічних систем різних рівнів та інструмент забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі [1, с. 95].

Процес цифровізації економіки базується на узагальненні наявного практичного досвіду та сформульований у вигляді основних положень, обставин, вимог та практик, які покладені в його основу, тобто сукупності загальноновизнаних правил, що виступають фундаментом (необхідною умовою) впровадження вищезазначеного процесу у повсякденне життя суб'єктів господарювання. Основні принципи цифровізації економіки та суспільства представлені на рисунку 1.

Принципи цифровізації економіки – основні закони, положення й рушійні сили просування інформаційно-комунікаційних технологій в повсякденне життя держави, підприємств та соціуму. Єдиним фундаментальним принципом цифровізації є ідея покращення процесів життєдіяльності людей за рахунок застосування сучасних технологій у різних сферах суспільного життя. Основою

діяльності економічних суб'єктів, які функціонують з використанням основних принципів цифровізації є необхідність задоволення суспільних потреб найбільш ефективним – цифровим способом [2, с. 63-64].

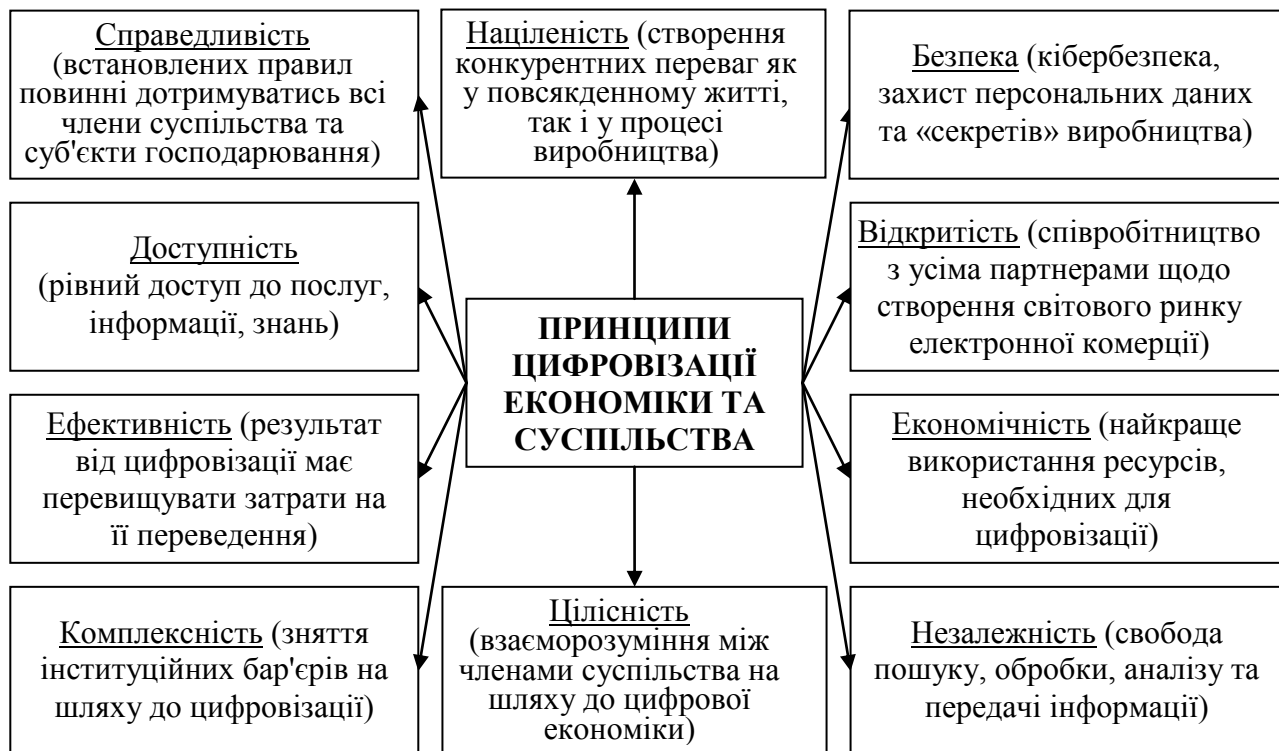


Рисунок 1 – Принципи цифровізації економіки та суспільства

Семенов А. Ю. [3, с. 41] наголошує, що: «У контексті визначення місця України в розвитку цифрової економіки відзначимо, що нині нам не вдалося повністю скористатися цифровими технологіями для розвитку вітчизняної економіки. Свідченням цього є досить низькі показники в різних міжнародних рейтингах». Динаміку показників The IMD World Digital Competitiveness Ranking та Global Connectivity Index для України представлено на рисунку 2.

Розвиток цифрової економіки в Україні стикається з великими труднощами, серед яких:

- нестача фахівців;
- перманентна проблема з використанням нелегального і піратського програмного забезпечення (ПЗ);
- порушення авторських прав та інтелектуальної власності;

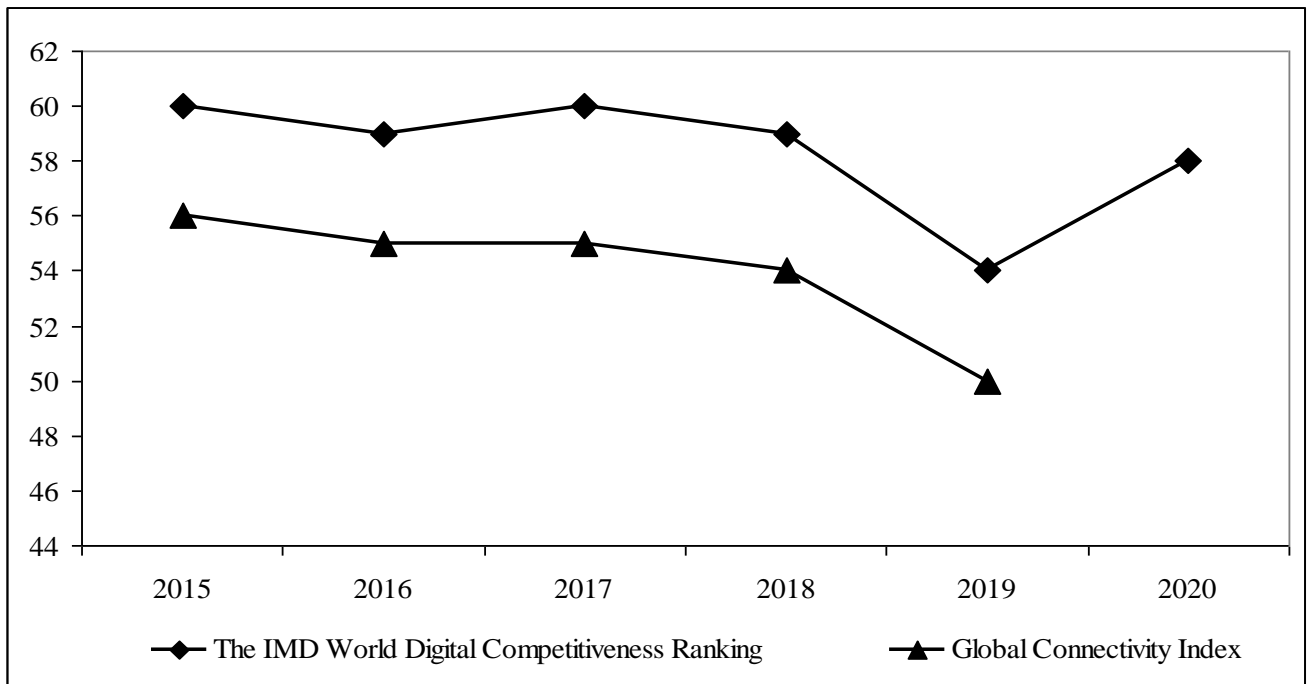


Рисунок 2 – Динаміка показників The IMD World Digital Competitiveness Ranking та Global Connectivity Index для України

Джерело: побудовано авторами за даними [4, 5].

- повільна реакція держави на нові перетворення в економіці з використанням ІТ в правовій площині;
- нівелювання ціни цифрового продукту та інтелектуальної власності в цілому;
- відсутність орієнтації виробників ПЗ і інших видів економічної діяльності, суб'єкти яких створюють цифровий продукт, на внутрішній ринок у зв'язку з високим рівнем піратства інтелектуальної власності;
- погіршення іміджу держави з боку провідних економічно розвинених країн;
- ігнорування локалізації під український ринок провідних виробників ПЗ [6, с. 71].

Автори [7] поділяють проблеми, які перешкоджають розвитку в Україні цифрових трендів та трансформації української економіки в цифрову, на чотири основні групи (таблиця 2).

Таблиця 2 – Проблеми трансформації української економіки в цифрову

Інституційні	Інфраструктурні	Екосистемні	У сфері електронного уряду та урядування («держава у смартфоні»)
Низька включеність державних установ щодо реалізації Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства (Цифрова адженда України)	Низький рівень покриття території країни цифровими інфраструктурами (для прикладу, мета ЄС до 2020Е покрити 100% території широкопasmовим доступом до Інтернету, в Україні цей показник складає близько 60%)	Слабка державна політика щодо стимулів та заохочень розвитку інноваційної економіки	Низький рівень автоматизації та цифровізації державних послуг через слабку мотивацію урядових установ (немає повного розуміння потенційної вигоди від тотальної цифровізації)
Невідповідність профільного законодавства глобальним викликам та можливостям (прогресивні розроблені законопроекти досі не стали законами)	Відсутність окремих цифрових інфраструктур (для прикладу, інфраструктури Інтернету речей, електронної ідентифікації та довіри тощо)	Незрілий ринок інвестиційного капіталу	
Невідповідність національних, регіональних, галузевих стратегій та програм розвитку цифровим можливостям	Нерівний доступ громадян до цифрових технологій та нових можливостей (цифрові розриви)	Застаріла система освіти, методик викладання, відсутність фокусу на STEM-освіту, soft skills та підприємницькі навички, недосконалі моделі трансферу технологій та закріплення знань та умінь	
		Дефіцит висококваліфікованих кадрів для повноцінного розвитку цифрової економіки та цифровізації взагалі	

Джерело: складено авторами за [7].

Отже, мета цифровізації України – цифрова трансформація існуючих та створення нових галузей економіки, трансформація всіх сфер життєдіяльності України у нові, більш ефективні та сучасні. Створення сучасного цифрового простору та відповідної інфраструктури вигідно всім: і громадянам, і бізнесу, і зовнішньому інвестору. Згідно з пріоритетним сценарієм цифровізації країни першочерговим завданням є усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових та інших бар'єрів, що заважають розвитку цифрової економіки [1, с. 94].

Перелік джерел посилання

1. Соколова Г. Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 1(51). С. 92-96. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2018/1\(51\)/pdf/15-Sokolova.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2018/1(51)/pdf/15-Sokolova.pdf).
2. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 61-65. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2018/13.pdf.
3. Семенов А. Ю. Аналіз світових рейтингів оцінки формування та розвитку цифрової економіки та місце України в них. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 43. С. 38-43. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/43-2020/8.pdf>.
4. The IMD World Digital Competitiveness. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2020/>.
5. Global Connectivity Index. URL: <https://www.huawei.com/minisite/gci/en/>.
6. Левчинський Д. Л., Каширнікова І. О., Кононова О. Є. Аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. *Економічний простір*. 2018. № 139. С. 66-76. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/372/363>
7. Фіщук В., Матюшко В., Чернів С., Юрчак О., Лаврик Я., Амелін А. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>.

Іванова В. Б.,

*старший викладач кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Давіденко А. І.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ІНСТРУМЕНТИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Однією з найбільш значних змін, яку зараз переживає світ бізнесу, є прогресивний розвиток та впровадження електронної комерції. З урахуванням стрімкого розвитку web- та інтернет-технологій, електронна комерція нарощує обсяги у світовому масштабі і формується як окрема галузь економіки. Кожного дня все більше підприємств різних країн в усьому світі впроваджують у свою діяльність інструменти електронної комерції, що дозволяє їм залучати нових клієнтів та, відповідно, нарощувати прибуток. Не виключенням є і сфера торгівельних відносин, яка, на сьогоднішній день, активно переміщується в онлайн світ [1].

Електронний бізнес являє собою складний взаємодіючий та взаємозумовлений комплекс компонентів, до яких належать [2]:

- засоби обміну інформацією;
- системи електронного документообігу;
- корпоративні представництва в кібернетичному просторі, інтегровані з іншими підсистемами компанії;
- засоби глобального пошуку інформації, збору та спільного використання знань;
- системи електронної торгівлі для організації продажу та закупівель;

- методи та принципи управління ресурсами (матеріальними, фінансовими, людськими);

- способи взаємодії з партнерами та клієнтами;

- системи обліку ресурсів (склад, логістика) тощо.

Відповідно до [3] інструментами Інтернет-комерції відносно малого/середнього бізнесу є:

- корпоративний Web-сайт – інформаційна сторінка з даними про компанію, проект, товари і послуги, вид діяльності, пропозиції по співробітництву;

- Інтернет-магазин – вітрина онлайн-або традиційного бізнесу, на якій розміщується пропозиція товарів і послуг для їхньої подальшої реалізації.

Інтернет-магазин може також бути частиною корпоративного Web-сайту;

- Інтернет-аукціон – торговельна вітрина, через яку користувач може продати/придбати будь-який товар із запропонованого списку категорій товарів за певними правилами гри. Заробіток власника такого аукціону – комісійні з угоди. Може бути частиною Інтернет-магазину, що, своєю чергою, може бути частиною корпоративного Web-сайту;

- Інтернет-видавництво – різновид Інтернет-магазину, але товар продажу – тематична інформація, яка є актуальною протягом певного часу, поділена за категоріями, що відповідно представлена на різних видавничих сайтах;

- Інтернет-провайдер – надання доступу до Інтернет;

- Інтернет-реклама – комерційна пропаганда споживчих якостей товарів та послуг з метою переконання потенційних покупців їх придбати;

- дистанційна освіта – курси за профілем або комерційна дистанційна освіта певного рівня. Тут товар – це знання, з подальшим отриманням документа про прослуховування/вивчення певного курсу за певною спеціальністю або підтвердження про отримання певної спеціальності;

– Інтернет-банк – вітрина онлайнного або традиційного бізнесу, на якій розміщується пропозиція послуг Інтернет-банку та проведення фінансових послуг згідно з потребами клієнта, може також бути частиною корпоративного Web-сайту;

– Інтернет-трейдинг – це фондовий і валютний Інтернет-ринки;

– Інтернет-портал або інформаційний корпоративний портал – складна інформаційна система компанії, що акумулює в собі більшість бізнесів-процесів та інформаційних потоків компанії. Може бути створений на основі корпоративного Web-сайту й інтегрований з Інтернет-магазином;

– Інтернет-біржа – торговельна площадка, через яку підприємства ведуть торгівлю товарами і послугами. Заробіток власника – комісійні або, якщо в кожній угоді власник є продавцем або покупцем, скорочення витрат. Площадки бувають одногалузевими і багато галузевими. Інтернет-біржа може бути створена на основі корпоративного інформаційного порталу, Інтернет-магазину й Інтернет-аукціону;

– електронна платіжна система – це авторизована інформаційна система, призначена для проведення розрахунків в Internet між фінансовими, комерційними, виробничими, урядовими організаціями, а також окремими користувачами;

– Інтернет-страхування – це процес встановлення/підтримки певних договірних відносин між покупцем страхових послуг та продавцем засобами Інтернет-технологій;

– Інтернет-маркетинг – найефективніший і найважливіший інструмент керування виробничою/збутовою діяльністю підприємств/фірм, оснований на комплексному аналізі ринку. Містить вивчення/прогнозування попиту, цін, рекламу, координацію внутрішньо фірмового планування/фінансування;

– розробка ПЗ – проектування, розроблення, програмування та супровід ПЗ в on-line режимі через Інтернет.

Стрімкий перехід бізнесу до мережі Інтернет приводить до необхідності застосування специфічних інструментів Інтернет-маркетингу, які б активно привертали увагу споживачів на електронні ресурси організацій (підприємств чи установ). Але, для ефективного функціонування та отримання прибутків організації-виробники (продавці) повинні займатися просуванням власних сайтів, бути на «одній хвилі» зі споживачами, відстежувати їх потреби та надавати послуги найзручнішим для них способом. А це передбачає використання широкої номенклатури інструментів і технологій Інтернет-маркетингу [4].

До інструментів цифрового маркетингу належать: контекстна реклама Google Ads (раніше Google AdWords), Yandex Direct; технологія Big Data – масиви даних великих обсягів; ретаргетинг (англ. retargeting) – перенацілювання; мобільний маркетинг; email-маркетинг; вірусний маркетинг; RTB (англ. Real Time Bidding) – торги в реальному часі; SMM (англ. Social Media Marketing) – соціальний медіа маркетинг; SMO (англ. Social Media Optimization) – оптимізація для соціальних мереж; SEO (англ. Search Engines Optimization) – оптимізація сайту у пошукових системах; SEM (англ. Search Engine Marketing) – пошуковий маркетинг [5, с. 137-138].

Одне з провідних місць серед технологій Інтернет-маркетингу займає мобільний маркетинг. До переваг мобільного маркетингу можна віднести те, що він надає можливість дізнатися все про уподобання клієнтів, їхні звички. При високій ефективності цей вид маркетингу приваблює ще й своєю дешевизною. Примітним є те, що мобільний маркетинг не має якихось галузевих обмежень. Яким би бізнесом ви не займалися, скрізь знайдеться місце такого типу просування [6].

Інструменти мобільного маркетингу включають сучасні технології передачі інформації у мережі сотового зв'язку: SMS-розсилка – рекламна розсилка SMS-повідомлень; MMS-розсилка – розсилка мультимедійних повідомлень з можливістю надсилати не лише текст, а й фото- та відеофайли,

аудіофайли, посилання та ін.; wap, gprs, edge та інші технології, які дають можливість передачі інформації з Інтернету на екран мобільного телефону; IVR – голосове меню, що дозволяє абоненту, спілкуючись з автоматизованим інформатором, отримувати інформацію з питань, що його цікавлять, а також зробити замовлення, дізнатися про акції, знижки, певні маркетингові заходи тощо; технології для створення мобільних додатків для певних мобільних платформ (Android, iPhone, Windows Mobile); створення мобільної версії сайту (його адаптація до екрану мобільного пристрою із максимально спрощеною структурою) [5, с. 139-140].

Перелік джерел посилання

1. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 9. С. 126-132.

2. Балик У. О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811: Логістика. С. 11-19. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29214/1/003_011_019.pdf

3. Висоцька В. Особливості проектування та впровадження систем електронної комерції. URL: http://vlp.com.ua/files/06_18.pdf.

4. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Інноваційні маркетингові інструменти просування продукції в інтернеті. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201196/201328>.

5. Кривенко Я. В., Беляєв Л. В. Digital Marketing в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Інформаційні технології в економіці і управлінні: зб. наук. студ. праць*. Одеса: ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 135-144.

6. Кобелев В. М., Шляхова К. С. Мобільний маркетинг – новий інструментарій маркетолога. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/12525/1/vestnik_NPI_2011_8_Kobieliev_Mobilnyi.pdf.

Іванова В. Б.,

*старший викладач кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Литвинова А. В.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА: ХАРАКТЕРНІ РИСИ

Сучасна економіка характеризується високим ступенем інноваційності, в якій домінуючими є інтелектуальні ресурси. Саме завдяки інтелекту та знанням суб'єкти економіки приймають економічні рішення, завдяки чому визначаються специфіка та характерні риси їхньої поведінки. Нова сфера економіки – поведінкова економіка – вивчає психологічні особливості людського сприйняття та судження, вплив емоційних та когнітивних факторів на поведінку й прийняття економічних рішень суб'єктами економіки, а також наслідки цього впливу на ринкові чинники (ціни, прибуток, витрати, якість, ресурси) і на ринок у цілому. Сучасні інструменти поведінкової економіки дозволяють вирішити такі важливі проблеми в економіці, як депресія економічної системи, безробіття, нестійкість цін на фінансових ринках, циклічність ринків нерухомості тощо [1, с. 161].

Розуміння місця поведінкової економіки в парадигмальній структурі сучасної економічної теорії потребує виявлення її спільних і відмінних характеристик з іншими складовими. Достатньо поширеною є точка зору, що поведінкова економіка є в деякому роді продовженням розвитку неокласичної теорії, але з відмовою від моделі раціональної людини. Своєю чергою, неокласична наука базується на постулатах методологічного індивідуалізму, раціональній максимізації та схильності до взаємовигідного обміну. Узагальнення основних відмінних рис неокласичної та поведінкової економіки представлено в таблиці 1 [2, с. 10-11].

Таблиця 1 – Відмітні риси неокласичної та поведінкової теорії

Неокласична теорія	Поведінкова теорія
Поведінкова модель людини	
<p>Абстрактна, спрощена</p> <p>Людина раціональна:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) володіння повною інформацією для ухвалення правильного рішення; 2) необмеженість обчислювальних здібностей; 3) самостійне прийняття рішень без впливу зовнішніх чинників; 4) вміння завжди робити кращий вибір з можливих і безпомилково прогнозувати наслідки своїх дій 	<p>Складна, але реальна</p> <p>Нераціональна поведінка людини:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) двоїста природа процесу прийняття рішень; 2) обмежена раціональність людини; 3) вплив соціального контексту; 4) непослідовність в міжчасовому виборі
Сприйняття величин	
Індивід здатний сприймати тільки реальні величини	Людина майже все сприймає щодо точки відліку (reference point), тобто більше значення (принаймні психологічне) мають номінальні показники
Ставлення до ринку	
Навіть купуючи шкідливі для здоров'я товари, споживач максимізує певну суб'єктивну корисність. Соціальні проблеми вирішуються автоматично у міру економічного зростання	Людина не в змозі раціонально зважити нинішнє сумнівне задоволення та його негативні віддалені наслідки. За допомогою архітектури вибору, лібертаріанського патерналізму, «підштовхувань» тощо необхідно допомагати людині вирішувати проблеми щодо довгострокових наслідків її дій
Методи досліджень та міждисциплінарні взаємодії	
Використовує громіздкі й складні математичні моделі. Незначна роль експерименту як методу дослідження	Значна увага приділена ролі «зовнішніх факторів»: суспільства, культури, цінностей. Експеримент перетворюється на найважливіший метод дослідження
Міждисциплінарні взаємодії: математика, філософія, історія, політологія	Міждисциплінарні взаємодії доповнено когнітивною психологією, соціологією
Прагнення об'єднати науки про суспільство за допомогою «експорту» своїх методів до інших наук, так званий економічний імперіалізм	Пропонується «імпорт» методів з інших наук про людину й суспільство для того, щоб побудувати більш цілісну та повноцінну картину економічної реальності
Мета економічної політики	
Зростання економічної ефективності. Краще використання економічних ресурсів	Зростання якості життя. Зростання соціальної та економічної ефективності шляхом використання внутрішніх ресурсів людини

Поведінкова економіка формується на основі ряду психологічних та економічних наук. Сфери наукового пізнання поведінкової економіки зображені в таблиці 2 [3, с. 74].

Таблиця 2 – Області наукового пізнання поведінкової економіки

Сфери наукового пізнання поведінкової економіки		
Економічні підходи	Психологічні підходи	
Економіка	Когнітивна психологія	Соціально-когнітивна
Соціологія	Соціальна психологія	
Менеджмент	Гештальтпсихологія	
Політологія	Психологія емоційного стану	

Поведінкова економіка вивчає поведінку економічних суб'єктів, враховуючи психологічні чинники й ідеологію економічної людини. Поведінкова економіка та нейроекономіка відкривають можливість вивчення особливостей поведінки в нестабільному середовищі, визначення за результуючими фактами та діями функціонування ймовірних намірів та стратегій розвитку/занепаду людини економічної (рисунок 1).



Рисунок 1 – Схема поведінки економічної людини в нестабільному середовищі

Джерело: [1, с. 166].

Побудована схема економічної поведінки в нестабільному середовищі наглядно ілюструє дуалістичний характер досягнених результатів, що може стати основою побудови дерева цілей і сценаріїв розвитку взаємодії індивідуумів. Дослідження поведінки економічної людини необхідно для цілей формування кредитних історій, партнерської взаємодії, в подальшому надасть можливість розгляду таких важливих питань готовності суспільства до самооподаткування та фінансового самообслуговування [1, с. 166-167].

Отже, поведінкова економіка – це галузь, де стикаються економічні та психологічні науки. Вона спрямована на пояснення поведінки людей, які в певних випадках діють усупереч економічним прогнозам, із подальшим впровадженням цих знань для побудови економічних моделей, які ґрунтуються на поведінці [4, с. 33].

Перелік джерел посилання

1. Тельнов А. С., Решміділова С. Л. Розвиток поведінкової економіки у прийнятті економічних рішень. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2020. Вип. 5. С. 160-170. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/9072/1/17.pdf>.

2. Ушакова Н. Г., Помінова І. І. Поведінкова економіка в парадигмальній структурі сучасної економічної теорії. *«Бізнес Інформ»*. 2019. № 9. С. 8-13. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-9_0-pages-8_13.pdf.

3. Чернобай Л., Широн Ю. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. *Психологічні виміри культури, економіки, управління: Науковий журнал*. 2016. VIII. С. 71-78. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42047/1/71-78.pdf>.

4. Сміянов В. А., Курганська В. О., Сміянова О. І., Дрига Н. О. Громадське здоров'я та поведінкова економіка. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. № 2 (80). С. 33-39.

Іванова В. Б.,

*старший викладач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Петренко М. А.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ГОЛОВНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ

Інноваційна політика – це складна система явищ і відносин. Вона вибудовується на основі науково-технічної політики. Головне функціональне призначення останньої полягає у продукуванні нового знання, розробці наукової ідеї. У виробничому процесі знання може виконувати свою інноваційну функцію на рівні винаходів та інших науково-технічних розробок, які раніше не використовувались у виробництві. Ефективна науково-технічна діяльність можлива лише за умови тісного взаємозв'язку науки, техніки, виробництва та сфери споживання [1]. Але, на жаль, обсяги фінансування НДР в Україні постійно зменшуються (рис. 1).

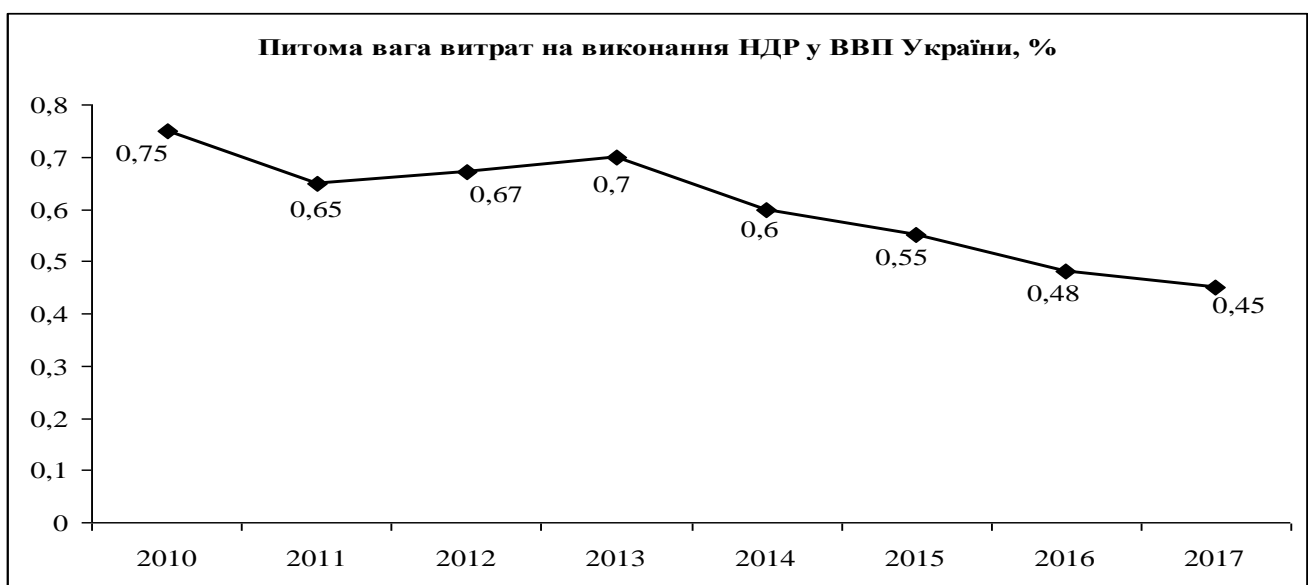


Рисунок 1 – Динаміка питомої ваги витрат на виконання НДР у ВВП України
Джерело: побудовано авторами за даними [2].

Успішна реалізація інноваційного потенціалу країни в цілому залежить саме від прагнення кожної людини досягти найкращих результатів на своєму робочому місці. Всі ці накопиченні та ті, які постійно поповнюються, наукові знання повинні ефективно застосовуватися на практиці у відповідних рівню умовах з метою максимальної реалізації на благо ефективності економіки країни.

Освіта на сучасному етапі є важливим чинником забезпечення продуктивної зайнятості населення. Адже високоосвічені та кваліфіковані люди здатні ефективно конкурувати на ринку праці. Водночас необхідно усвідомити, що вимоги до освіти постійно зростають. Це впливає із закономірностей суспільно-економічного розвитку. Через інноваційну освіту суспільство забезпечує свій розвиток, а проблематика інноваційної освіти стає визначальною темою суспільних комунікацій на переломних моментах життя соціуму, в кризових ситуаціях. Тому розвиток інноваційної освіти повинен відбуватися з урахуванням особливостей, культурних і наукових традицій конкретної країни [3].

При цьому, основними елементами «освітньої інновації» є її носій (творча особистість), який має певну інноваційну ідею (ядро інновації) та проводить інноваційний експеримент (джерело інновації); споживач інновації – учень або група студентів, слухачів (які здобувають знання з певного напрямку); а також інституції, що забезпечують упровадження інновацій у навчальний процес (заклади освіти; наукові, методичні, науково-методичні установи; науково-виробничі підприємства; державні і місцеві органи управління освітою та самоврядування в галузі освіти). Основними характерними рисами, що відображають її як специфічну категорію, є:

– цілеспрямовані зміни, які вносять у сферу освіти нові стабільні елементи (нововведення), що викликають її перехід з одного якісного стану до іншого; тобто не будь-які зміни в освіті є інновації, а лише ті, що провокують

зміни цілей і результатів освіти (через її зміст) та зміну способів їх досягнення (через форми, характер та організацію навчального процесу);

- наявність специфічних особливостей, що пов'язані із соціально-психологічними та іншими аспектами педагогічної діяльності;

- інноваційні зміни можуть ініціюватися на будь-якому з рівнів освітньої системи (вчителем, учнем, керівництвом окремої освітньої установи, державними і місцевими органами управління освітою та самоврядування в галузі освіти);

- інноваційні зміни повинні здійснюватися в діяльності та мисленні всіх учасників освітнього процесу;

- інноваційні процеси у сфері освіти повинні бути безперервними та спрямованими на постійне покращання існуючої системи;

- задля забезпечення процесу постійного інноваційного оновлення освітньої сфери необхідно впроваджувати відповідні механізми управління якістю освіти;

- ефективність впровадження певної інновації значною мірою залежить від рівня сприйнятливості до інноваційних змін системи (яка впроваджує інновацію) та наявністю в неї реальних можливостей здійснення (впровадження) інновації (тобто, реалізованості) [4].

Інноваційний розвиток освіти спирається на напрями розвитку освіти і на спеціально розроблені принципи, на підставі яких повинні відбутися системні зміни, що забезпечують його доступність, якість, безперервність та інвестиційну привабливість (рис. 2) [5].

Необхідність інноваційної освіти викликана вимогами сучасного суспільства. В даний час йде стрімкий розвиток технологій, зростає конкуренція в області інновацій, де значення освіти у розвитку суспільства стрімко зростає, випереджаючи значущість засобів виробництва та природних ресурсів. За останні два десятиріччя відбувся розрив зв'язків циклу «наука – освіта – виробництво»; освіта, як і наука, залишається майже повністю

відстороненою від процесу формування інноваційної економіки. Інноваційна освіта, з одного боку, стимулює інноваційні зміни в існуючій культурі та соціальному середовищі, з іншого – є результатом викликів соціально-економічного розвитку [3].

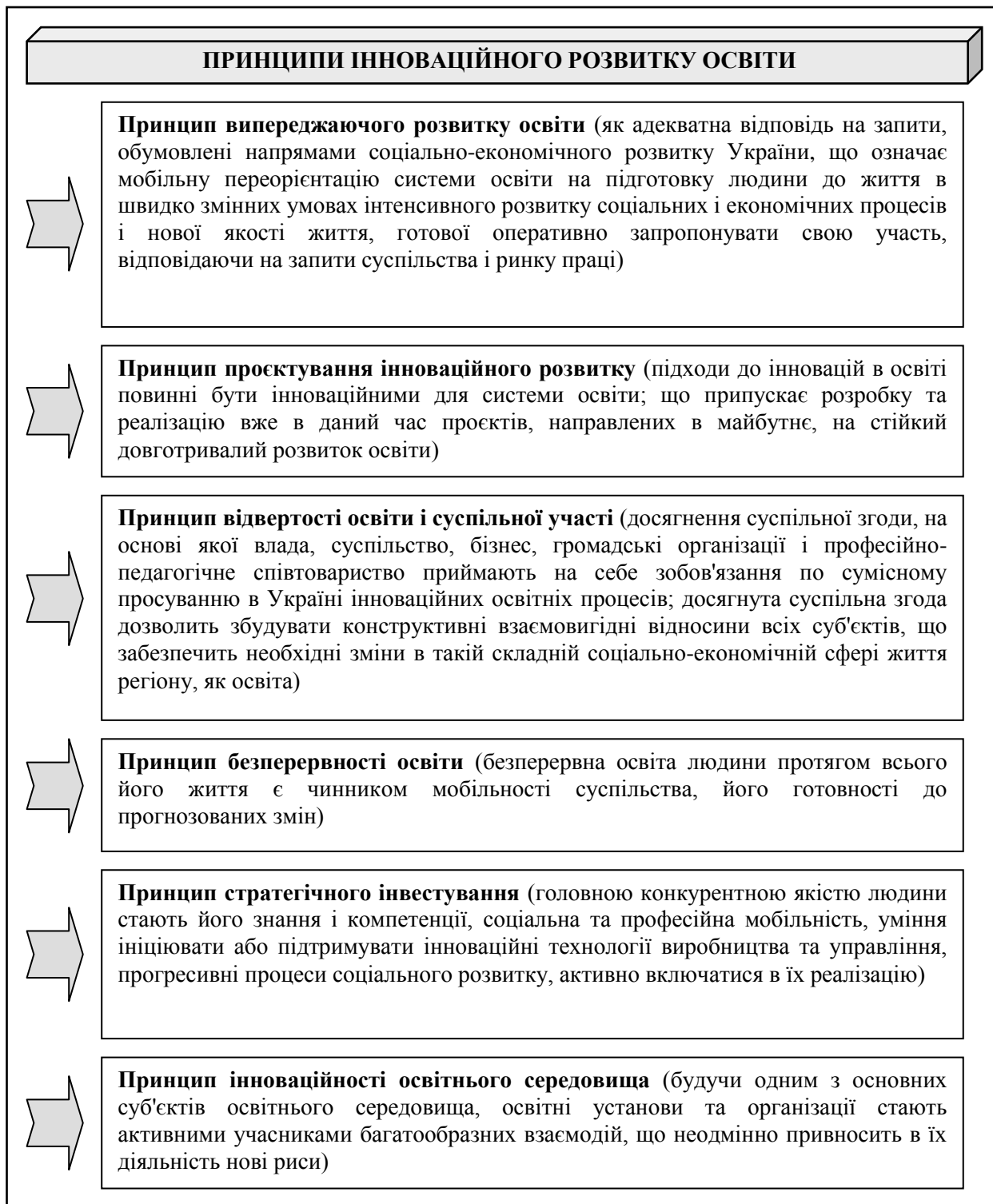


Рисунок 2 – Загальні принципи інноваційного розвитку освіти

Джерело: складено авторами за [3].

Отже, подальший розвиток інноваційної освіти можливий лише за умов:

- створення та розбудови освітньої інфраструктури, до складу якої мають увійти не лише заклади освіти різних рівнів та форм власності, але й підприємства, організації, установи, їх об'єднання, асоціації тощо;
- підтримки фінансових, консалтингових, інформаційно-комунікативних, юридичних установ, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності;
- створення масштабної єдиної інформаційної системи підтримки, забезпечення та функціонування освітнього процесу;
- збільшення частки державного фінансування з метою розробки, впровадження та розширення спектру інноваційних освітніх програм та технологій;
- розробки комплексної системи мотивації всіх учасників освітнього процесу.

Перелік джерел посилання

1. Натрошвілі С. Г. Впровадження інноваційних освітніх технологій в умовах адаптації навчального закладу до змін зовнішнього середовища. URL: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/International_editions/Natroshvili127112015.pdf.
2. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. *Державна служба статистики України*. Київ, 2019. 108 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf.
3. Лавриненко Л. М. Освіта як чинник соціально-економічного розвитку держави. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/143.pdf>.
4. Яровенко Т. С. Види інновацій в освіті та їх класифікація. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua/archive/201264/yarovenko.html>.
5. Лавриненко Л. М. Інноваційний розвиток трудового потенціалу в сучасних умовах. *Сталий розвиток економіки*. 2014. № 1(23). С. 18-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2014_1_4.

Іващенко Г. А.,

*к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічного аналізу*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Куцевол В. О.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах складно прогнозованої зміни зовнішніх і внутрішніх умов здійснення господарської діяльності існує висока ймовірність виникнення загроз, реалізація яких може призвести до появи ознак кризового стану, а надалі і банкрутства значної частини вітчизняних підприємств. Наявність значної кількості загроз для стійкого та ефективного функціонування кожного підприємства потребує удосконалення існуючих та розроблення нових механізмів гарантування економічної безпеки на мікрорівні. Відповідно до високого рівня невизначеності умов функціонування, найбільш важливими сьогодні залишаються проблеми інформаційного забезпечення управління економічною безпекою підприємства. Основою інформаційного забезпечення повинно стати обліково-аналітичне забезпечення, яке передбачатиме формування обліково-аналітичної інформації після збору та обробки зовнішньої та внутрішньої інформації, а надалі – розроблення на її основі тактичних та стратегічних завдань в управлінні економічною безпекою підприємства [1].

Основою обліково-аналітичного забезпечення є інформація, яка використовується для оцінки та аналізу економічних явищ і процесів при прийнятті рішень в області розвитку та управління. Управління економічною безпекою підприємства – це безперервний процес забезпечення інформацією

про ймовірність виникнення і розвитку проблем, загроз і ризиків шляхом подальшого її опрацювання для прийняття управлінських рішень відповідно до ситуації.

Бухгалтерський облік фіксує і накопичує всебічну синтетичну та аналітичну інформацію про стан і рух майна підприємства, джерела його утворення, господарські процеси та результати його діяльності. Тільки в бухгалтерському обліку відображається фактична інформація по кожному виду основних засобів, товарно-матеріальних запасів, трудових та фінансових ресурсів, що дозволяє здійснювати фінансову та виробничо-господарську діяльність, досягати бажаних результатів діяльності підприємства. Бухгалтерська інформація широко використовується в оперативно-технічному, статистичному обліку, для планування, прогнозування, розробки тактики і стратегії діяльності підприємства на довготривалий період [2].

Ризики в бухгалтерському обліку підлягають управлінню, тобто підготовці та реалізації заходів, що мають на меті знизити небезпеку помилкового рішення і зменшити можливі негативні наслідки небажаного розвитку подій в ході реалізації.

З метою організації інформаційної безпеки систем обліку слід дотримуватися певних заходів:

- 1) провести аналіз облікових систем організації та розробити заходи щодо їх вдосконалення та розвитку;
- 2) призначити відповідальних осіб за контролем руху внутрішньої документації;
- 3) оперативно ознайомлювати співробітників з інформацією, що надходить;
- 4) довести до всіх співробітників інструкції по зберіганню інформації та отримати від них розписки про нерозголошення таємниці;
- 5) забезпечити знищення документів і записів, що не використовуються.

Аналіз виявлення маніпулювання з фінансовою звітністю на підприємстві на основі використання моделі Д. Беніша надано в табл. 1.

Таблиця 1 – Аналіз виявлення маніпулювання з фінансовою звітністю на підприємстві на основі використання моделі Д. Беніша

Індекс	Виявлені значення індексів за 2019 рік	Маніпулювання виявлено (+) Маніпулювання не виявлено (-)
Індекс виручки в дебіторської заборгованості	1,094	-
Індекс рентабельності продажів за валовим прибутком (GMI – Gross Margin Index)	1,086	-
Індекс якості активів	1,039	-
Індекс зростання виручки	1,107	-
Індекс амортизації (DEPI – Deprecation Index)	0,019	-
Індекс комерційних і управлінських витрат (SGAI – Sales General and Administrative Expenses Index)	Індекс зберігається без різких коливань на рівні 1,043	-
Індекс зміни оборотного капіталу (TATA – Total Accruals to Total Assents)	1,236	-
Індекс M-score	3,075	-

Таким чином, можна стверджувати, що на підприємстві відсутні маніпулювання з фінансовою звітністю.

Проблема захисту економічних інтересів підприємства є дуже актуальною, проте їй приділяється досить мало уваги з боку керівників підприємств. В умовах ринкової економіки, розвитку ринкових механізмів вельми важливим завданням економічної науки і практики господарської діяльності підприємств стає забезпечення економічної безпеки.

Специфічний ризик різко збільшується, якщо:

система бухгалтерського обліку ненадійна, тобто якщо існує ймовірність навмисного викривлення в окремих статтях фінансової звітності або якщо бухгалтерська комп'ютерна програма дає часті збої в підрахунках і зберіганні інформації тощо;

бухгалтерські записи ведуться не систематично. Для трансакцій, які відбуваються систематично, ймовірність неправильного відображення невисока;

проведені комплексні і не характерні для цього виду бізнесу операції, до яких відносяться угоди, підстави для здійснення яких вельми сумнівні, або угоди, в яких керівництво компанії виявляє високу зацікавленість, або які здатні прямо чи опосередковано принести вигоду безпосередньо керівництву компанії [3].

Крім того, існують потенційні помилки, тобто помилки, яким найбільш ймовірно можуть бути схильні до статті фінансової звітності. Потенційні помилки бувають двох категорій: помилки безпосередньо в статтях фінансової звітності і помилки у всій фінансовій звітності.

Таблиця 2 – Відповідальні посадові особи за ризики ведення бухгалтерського обліку на підприємстві

Ризик	Відповідальна посадова особа
система бухгалтерського обліку ненадійна	директор
несвоєчасне складання первинних документів і реєстрів	особи, які склали та підписали документи
збереження оброблених документів, реєстрів і звітності протягом установленого терміну, але не менше трьох років	власник
бухгалтерські записи ведуться не систематично	особи, які склали та підписали документи
помилки безпосередньо в статтях фінансової звітності	особи, які склали та підписали документи
помилки у всій фінансовій звітності	особи, які склали та підписали документи

Передбачається, що всі статті фінансової звітності в тій чи іншою мірою схильні до перерахованих помилок. Кожна помилка тягне за ризик неправильного подання статей фінансової звітності. Всі потенційні помилки є типовими, а значить, ризики, які вони за собою тягнуть, теж є типовими, тобто можуть виникнути в будь-якій фінансовій звітності будь-якого економічного суб'єкта. Помилки ж, характерні для окремих статей конкретної фінансової звітності, є специфічними, тому і ризики, які вони за собою тягнуть, теж є

специфічними. Специфічні ризики виявляються під час проведення аналітичних процедур [4].

В діяльності підприємства за деякими ключовими показниками виявлено незначне скорочення, зокрема, поступово скорочується будівництво котеджів та офісних приміщень. Виявлено скорочення кількості відремонтованих офісних приміщень. Ризики в бухгалтерському обліку підлягають управлінню, тобто підготовці та реалізації заходів, що мають на меті знизити небезпеку помилкового рішення і зменшити можливі негативні наслідки небажаного розвитку подій в ході реалізації. Визначено відповідальних посадових осіб за ризики ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Перелік джерел посилання

1. Штангрет А. М. Обліково-аналітичне забезпечення процесу гарантування економічної безпеки підприємства. *Наук. зап. (Укр. акад. друкарства)*. 2013. № 2. С. 58-63.

2. Гуцайлюк З. Деякі питання реформування системи бухгалтерського обліку: концепція та реалізація. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2007. № 10. С. 11-17.

3. Гордієнко Н. І. Конспект лекцій з дисципліни «Обліково-аналітичне забезпечення економічної безпеки на підприємстві». Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 78 с.

4. Голячук Н. В. Обліково-аналітичне забезпечення як важлива складова управління підприємством. *Зб. наук. пр.. Тернопільського нац. економ. Ун-ту «Економічний аналіз»*. 2010. Вип. 6. С. 408-410.

Іващенко Г. А.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу

та економічного аналізу,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Рожнова Т. Ю.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Тенденції розвитку сучасного бізнесу, структурування та більш вузька спеціалізація синіх і білих комерційних підприємств привели роботодавців до думки, що важливо не те, хто саме робить роботу сьогодні, а те, щоб той, хто її робить, мав достатньо кваліфікації і досвіду, щоб виконати завдання [1]. Цей менталітет привів до різкого зниження відданості найманих працівників своїм підприємствам. Роботодавці перестали дорожити своїми працівниками, а для працівників єдиним критерієм достойної роботи став розмір зарплати. Працівники почали переходити з одного робочого місця на інше з усе зростаючою швидкістю.

Склалася вельми негативна тенденція до нехтування лояльністю найманих працівників. Для сучасних підприємств одним із важливих є питання запобігання та нейтралізації різного роду ризиків та небезпек. Система корпоративної безпеки підприємства складається з ряду підсистем: фінансова, інформаційна, техніко-технологічна, правова, екологічна, силова [2], а також кадрова безпека підприємства. Саме з кадрами підприємства пов'язані основні внутрішні, а також зовнішні ризики, адже від економічних злочинів своїх співробітників сьогодні страждають більше 40 % компаній [3].

Що стосується внутрішніх загроз, то їх джерелами завжди є співробітники компанії. Виходить загрози можуть від топ-менеджерів і перших

керівників компанії (фальсифікація звітності, отримання відкатів, шахрайство, продаж комерційної таємниці), менеджерів (крадіжка продукції, грошей і інформаційних засобів, продаж комерційної таємниці, нецільове використання обладнання), робочих (крадіжка сировини, фінансів, комплектуючих, вже готової продукції, будівельних матеріалів, навмисне псування сировини, обладнання і техніки за винагороду, нецільове використання техніки, транспорту і обладнання). Причини, за якими вони йдуть на це різні, але найчастіше це фінансова складова.

Рекомендується для покращення контролю робочого часу працівників, встановити спеціалізоване програмне забезпечення, яке відслідковувало б робочий час співробітників. Наприклад, програмний продукт «Система обліку робочого часу «Бітрікс24».

Автоматичний облік робочого часу співробітників допоможе дізнатися, як проходить робочий день співробітників і скільки насправді часу працівники приділяють роботі.

Програмне забезпечення дозволить встановити:

- час початку / закінчення роботи;
- запізнення на роботу;
- відсутності співробітників на робочих місцях,
- фактично відпрацьовану кількість годин.

Також в даному програмному забезпеченні присутній моніторинг програм, додатків та сайтів й аналіз продуктивності роботи.

В базі даних даного програмного забезпечення існує більше 15000 тисяч програм і сайтів, кожен з яких має свою категорію продуктивності:

- «Продуктивно» – ресурси, необхідні працівникові для роботи;
- «Нейтрально» – додатки, які не потрібні для виконання робочих обов'язків, але періодично виникає необхідність в їх використанні;

– «Непродуктивно» – ресурси, використання яких знижує ефективність роботи (соціальні мережі, чати, розважальні ресурси).

Рекомендації щодо покращення обліку робочого часу на ПП «Голден і К» за рахунок впровадження програмного продукту «Бітрікс 24» надано на рис. 1.

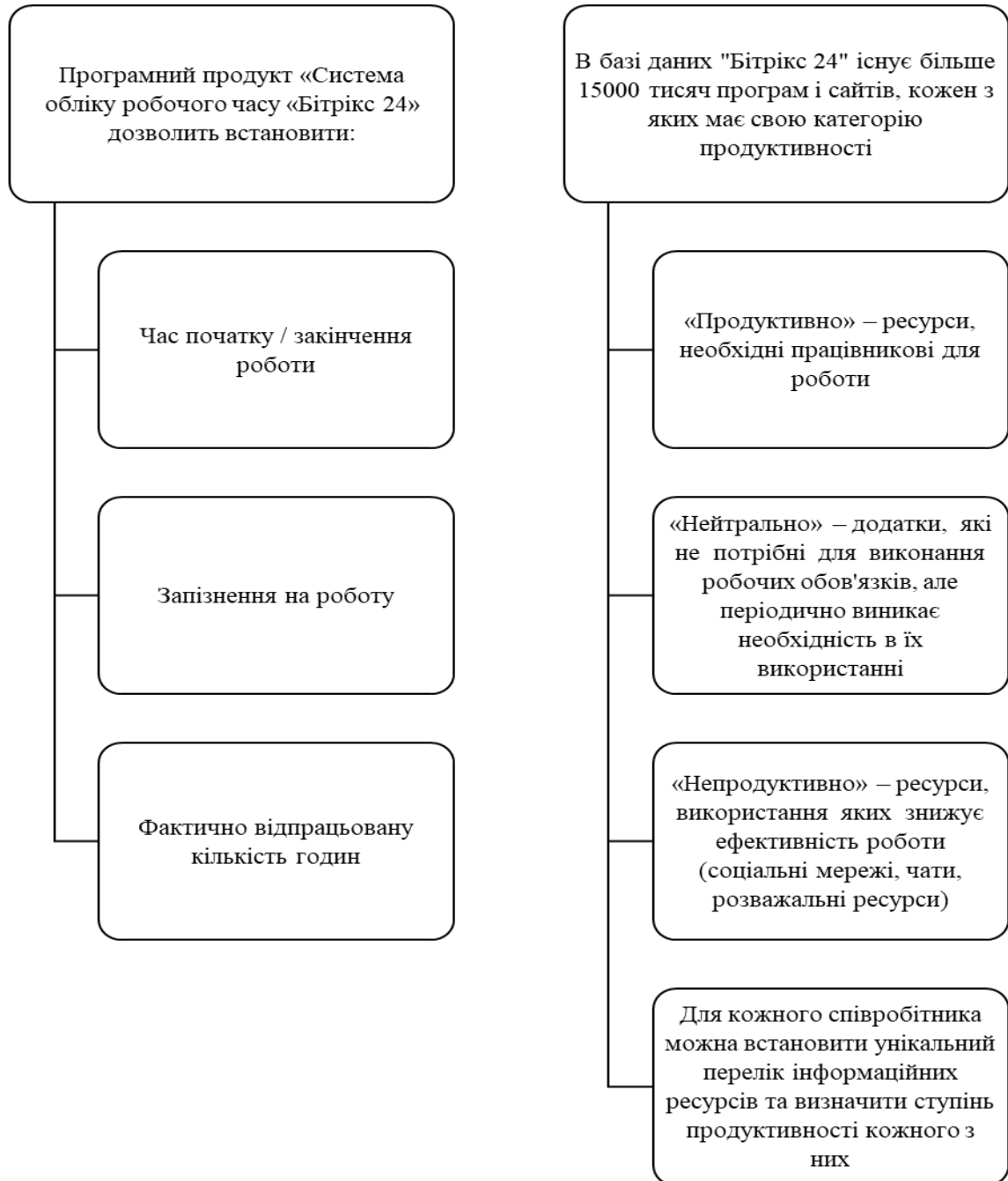


Рисунок 1 – Рекомендації щодо покращення обліку робочого часу на ПП «Голден і К» за рахунок впровадження програмного продукту «Бітрікс 24»

Програмне забезпечення фіксує, з якою програмою або сайтом працював співробітник і привласнює відповідну категорію продуктивності. При цьому одні й ті ж ресурси мають різну продуктивність для співробітників різних відділів. Наприклад, для менеджера з продажу Skype і чати – це продуктивний час роботи, а для бухгалтера і програміста – непродуктивний.

В кінці робочого дня, або тижня, або місяця формується звіт для керівника, який може оцінити ситуацію в своєму відділі. Дане програмне забезпечення також може допомогти дізнатися хто спізнюється. «Звіт про запізнення» покаже, як часто співробітник починає свій робочий день пізніше визначеного і наскільки систематично виникають подібні порушення. Керівник побачить кількість запізнень і точний час недопрацювань.

«Звіт про фактичне закінчення робочого дня» покаже, хто з працівників добровільно скорочує свій робочий день і залишає робоче місце раніше встановленого терміну.

Перелік джерел посилання

1. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 337 с.
2. Горячева К. С. Оцінка рівня фінансової безпеки підприємства URL: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3159/1/Gorjacheva.pdf>.
3. Петров М. І. Економічна безпека підприємства: сутність, трактування, точки зору. *Менеджер*. 2002. № 1(17). С. 67-71.

Іващенко Г. А.,

*к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічного аналізу,*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Хівренко О. А.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, не можуть не впливати на економіку. Так, змінюються не тільки зовнішні фактори впливу такі, як політичний, макроекономічний, глобалізаційний, а й внутрішні орієнтири функціонування підприємств. Спостерігається спрямування їх діяльності до векторів енергозбереження, що дозволяє економити внутрішні фінансові ресурси господарюючого суб'єкту та енергоефективності – тобто, максимально ефективного використання всіх наявних у розпорядженні ресурсів.

Розвиток інновацій – це один із пріоритетів сучасного соціально-економічного розвитку. Без інновацій неможливо підвищити конкурентоспроможність економік, покращити добробут населення, підтримувати ощадливе споживання ресурсів. Головну роль у формуванні інноваційної політики підприємств будівельного комплексу має визначення мети цієї політики.

Основною метою інноваційної політики є підвищення конкурентоспроможності вітчизняних будівельних підприємств. Інноваційний розвиток будівельного підприємства здійснюється на засадах відповідної стратегії, що ґрунтується на інноваційному потенціалі і освоєних інновацій з урахуванням

впливу зовнішнього середовища. Ефективність інноваційної стратегії підприємства залежить від якості інформації, отриманої із зовнішнього середовища та від аналізу внутрішнього стану.

Можна виділити два основні напрямки інноваційного процесу, що мають безпосереднє відношення до будівництва [2]:

- зростання питомої ваги інноваційно-орієнтованих підрядних робіт (тобто, будівельно-монтажних робіт, що безпосередньо забезпечують впровадження нової техніки, нових технологій чи виробництва нових продуктів) у загальному обсязі будівельно-монтажних робіт;

- інноваційна перебудова самої будівельної галузі (інноваційне технічне оснащення будівельно-монтажних робіт, технологічні інновації, інновації в сфері організації й управління будівельно-монтажними роботами).

Подолати кризові явища в економіці та залучити іноземні інвестиції допоможе розвиток вітчизняної будівельної галузі. На цьому наголосили учасники Будівельного конгресу в межах міжнародної виставки Kyiv Build Ukraine [8].

Статистичні дані свідчать, що за останній рік галузь будівництва активізувалася. Будуватися активніше стали малий та середній бізнес, промислові підприємства та соціальна сфера. Як результат, з'явилося понад 4000 нових бізнес-об'єктів, 307 промислових підприємств розширили виробничі потужності, відкрито 12 сучасних шкіл, 20 дитячих садочків, 31 медичну установу. Кожен такий об'єкт – це елемент єдиної системи економічного розвитку, який створює робочі місця, збільшує бізнес-активність та формує якісний соціальний простір. Розвиток будівельної галузі – це шлях виходу з економічної кризи, адже кожна інвестована у будівництво гривня приносить державі у п'ять разів більше [4].

Одним з напрямів, що негативно впливає на стан будівельної галузі України є зростання частки збиткових підприємств та неефективність

санаційних заходів, що проводяться на підприємствах. Сучасна економічна ситуація є несприятливою для інвестиційного процесу, в умовах обмеженості фінансових ресурсів існуючі проекти мають значні перешкоди в реалізації, та більшістю переходять до стану незавершених об'єктів, потребуючи залучення додаткових ресурсів на своє утримання та відволікаючи кошти з основної діяльності та процедури санації. Реалізація таких об'єктів є нерентабельною, підтримка їх у замороженому стані потребує значних вкладень.

Підприємства будівельної індустрії мають тенденцію до занепаду та скорочують свою чисельність. Їх діяльність більшою часткою непродуктивна та неефективна. Дослідження виявило збитковість діяльності підприємств зазначеної галузі. Основними факторами, що негативно впливають на ефективність функціонування будівельних підприємств, визначено нестабільність в зовнішньому середовищі (політична, економічна), низьку кваліфікацію фахівців, відсутність якісного інформаційного забезпечення галузі, скорочення інвестиційних потоків.

Основними напрямками вирішення виявлених проблем слід вважати створення спеціальних інформаційних центрів з вільним доступом, підвищення освіти кадрів, підтримка якості будівельної продукції, робот та послуг на належному рівні за допомогою використання новітніх інноваційних технологій та матеріалів, застосування принципів зеленого будівництва та енергозбереження. Також слід звернути увагу на підтримку будівельного комплексу з боку держави за допомогою створення сприятливого інвестиційного клімату, стабілізації економічної та соціальної складових.

Підприємства будівельної індустрії мають тенденцію до занепаду та скорочують свою чисельність. Їх діяльність більшою часткою непродуктивна та неефективна. Дослідження виявило збитковість діяльності підприємств зазначеної галузі.

Перелік джерел посилання

1. Дегтярьова І. Б., Мельник Л. Г. Досвід європейського союзу у формуванні інноваційної стратегії сталого розвитку. Проблеми управління інноваційним розвитком. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_1_190_200.pdf.
2. Дріль Н. В., Торкатюк В. І., Хорошко І. О, Железнякова І. Л., Чорноморденко Т. В., Кухтін К. В. Напрямки інноваційного процесу в будівництві України. Синергетичні аспекти формування економічних параметрів будівельних структур в умовах ринку. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/29768/1/20.pdf>
3. Савенко В. І., Коваль Л. В., Кислюк Д. Я. та ін. Енергозберігаючі технології та система управління якістю будівельно-монтажних робіт. Зб. тез ЛНТУ, Луцьк, 2013. С. 182-184.
4. Норкіна Т. П., Скарбун З. О. Удосконалення управління інноваційним розвитком підприємств будівельної галузі. Економіка будівництва і міського господарства. 2013 Т.9. № 1. С. 55-62.
5. Олейніков О. Перспективи будівельного ринку [Електронний ресурс] // Український інженерно-технічний центр, 2017. URL: http://etcu.com.ua/ua/statti/perspektivi_budivelnogo_rinku.html.
6. Кудрявцев О. Перша будівельна експертиза. Будівельні реформи які змінюють країну. 2017. URL: <http://pbe.com.ua/budivelni-reformy-b10>.
7. Енергозбереження: альтернативи немає. ТОВ «Бауміт Україна». Baumit Magazin. URL: <http://www.baumit.ua/upload>

Карпенко Ю. В.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій,
Одеський національний економічний університет*

Пєнова А. І.,

*аспірант,
Одеський національний економічний університет*

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В сучасних умовах для успішного функціонування підприємства на будь-якому етапі розвитку важливим завданням є налагодження процесу безперервного виробництва продукції або надання послуг. Розробка раціонального підходу щодо формування цього процесу забезпечується у ході операційного менеджменту, за допомогою якого перед сучасними організаціями відкривається можливість досягти конкурентних переваг на ринку та підвищити ефективність управлінської діяльності загалом.

На сьогоднішній день у системі наукових поглядів не існує єдиного підходу до трактування сутності поняття операційного менеджменту. Так, в економічній теорії одночасно розповсюджена думка щодо ототожнення сутності операційного та виробничого менеджменту, представлена в роботах Плоткіна Я. Д. [1], а також твердження щодо нетотожності понять «операційний менеджмент» та «виробничий менеджмент», що знайшло відображення в роботах низки науковців, зокрема Козловського В. А., Маркіної Т. В., Макарова В. М. [2].

За результатами критичного аналізу робіт нами встановлено наявність трьох наукових підходів до встановлення сутності досліджуваного поняття.

Представники першого наукового підходу виходять з того, що сутність операційного менеджменту полягає в управлінні виробничими системами. Так,

таке визначення сутності операційного менеджменту відбиток у роботах науковців: Чейза Р. Б., Еквілайна Н. Дж., Якобса Р. Ф. [3]. Завданням керівництва компанії при цьому виступає забезпечення виробництва всіма необхідними ресурсами та засобами, а також ефективна організація технологічного процесу.

В рамках другого наукового підходу операційний менеджмент тлумачиться з позицій розподілу ресурсів. Представниками другого наукового підходу є вчені Плоткін Я. Д. та Пащенко І. М. [1], які характеризують операційний менеджмент як діяльність з розподілу ресурсів у просторі та часі, що в результаті призведе до досягнення певних результатів.

В рамках третього наукового підходу у трактуванні операційного менеджменту зроблено наголос на управлінні операціями. Представниками даної наукової точки зору є вчені Козловский В. А., Маркіна Т. В., Макаров В. М. [2]. У наукових дослідженнях вчені одночасно оперують дефініціями «операційний менеджмент» і «виробничий менеджмент».

Слід зазначити, що термін «виробництво» застосовується у виробничій сфері та розуміється як процес переробки сировини та випуску товарів. Дефініція «операції» є основою діяльності не тільки виробничих підприємств, але й організацій, які надають послуги. Тобто термін «операції» є поняттям, більш широким за змістом. Враховуючи вищезазначене, ми схильні до думки, що поняття операційного та виробничого менеджменту не є взаємозамінними.

Аналіз наукових поглядів щодо визначення поняття операційного менеджменту дозволяє нам не погодитись з представниками другого наукового підходу, які зводять операційний менеджмент лише до розподілу ресурсів у просторі й часі. Опираючись на основи менеджменту, а саме наукові розробки таких відомих науковців як Мескон М., Альберт Ф. та Хедоурі Ф., варто підкреслити, що у теорії менеджменту розподіл ресурсів здійснюється у межах одної з ключових функцій менеджменту, а саме — планування [4]. Операційні рішення, пов'язані з управлінням, також включають рішення щодо типу та

розміщення виробничих потужностей, способу випуску продукції, черговості виконання операцій тощо. Отже, поняття операційного менеджменту є значно ширшим за розподіл ресурсів.

Не приховуючи значущості наукових підходів, представники яких наголошують на управлінні виробничими системами, а також на управлінні операціями, для розуміння сутності операційного менеджменту вважаємо за потрібне виявити взаємозв'язок його ключових понять, таких як: «операція», «операційна стратегія», «операційна система», «операційна функція», що надасть можливість більш детально дослідити його зміст.

Дослідження наукових здобутків вчених дозволяє стверджувати, що операція є самостійним видом роботи, спрямованим на виконання конкретного завдання у процесі виробництва продукції або надання послуг, тобто операція є базовим елементом процесу, що розглядається. Основу діяльності підприємства складають операції, які носять регулярний характер. Важливим є те, що операції є конкретною, спеціально виділеною частиною процесів діяльності та «будівельними цеглинами» структури будь-якої організації, спрямованими на здійснення операційної функції [5].

Отже, операційна функція включає в себе певний набір взаємопов'язаних дій, результатом яких є виготовлення товарів або надання послуг, які постачаються компанією у зовнішнє середовище [4].

Варто зазначити, що операційна стратегія припускає формування вимог до операцій, забезпечення їх виконання та є набором рішень, що спрямовані на розвиток операційної системи. В свою чергу під операційною системою розуміють повну систему виробничої діяльності організації, яка складається з переробної підсистеми, підсистеми забезпечення, підсистеми планування і контролю [4].

На підставі проведеного вище дослідження вважаємо за доцільне підкреслити, що операція є цілісною первинною ланкою операційної системи, а операційну функцію слід розглядати як сукупність операцій, в результаті чого

виготовляється продукція або надаються послуги, які постачаються підприємством у зовнішнє середовище відповідно до операційної стратегії компанії.

Встановлення взаємозв'язку ключових понять операційного менеджменту дозволяє погодитись з представниками третього наукового підходу та стверджувати, що операційний менеджмент – це діяльність з управління операціями, які є основою будь-якої операційної системи, що припускає забезпечення останньої потрібними ресурсами та перетворення їх на товари або послуги для досягнення загальних цілей організації.

Перелік джерел посилання

1. Плоткін Я. Д., Пашенко І. М. Виробничий менеджмент. Львів: Львівська політехніка, 1999. 258 с.

2. Козловский В. А., Маркина Т. В., Макаров В. М. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. СПб: «Специальная Литература», 1998. 366 с.

3. Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Дж., Якобс Р. Ф. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. Изд. 8-е. М.: Вильямс, 2003. 704 с.

4. Мескон М., Альберт Ф., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М: Дело, 1997. 492 с.

5. Герасимов К. Б., Герасимов Б. Н. Управление операциями: содержание, подпроцессы, эффективность. Монография. Пенза: МАКУ: ПДЗ, 2009. 168 с.

Кирий В. В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Мірошниченко Д. Д.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний ринок за багатьма сферами набуває ознак висококонкурентного ринку, конкуренція між суб'єктами господарської діяльності відбувається не тільки за групи споживачів, а майже за кожного окремого споживача. Цьому сприяє багато факторів, в тому числі значне розповсюдження цифрових технологій, яке значно наближує виробників до споживачів, індивідуалізація ринку споживчих товарів, зміна пріоритетів споживання за ознаками доходів, доступності до глобальної мережі Internet, рівня освіти та економічної стабільності економік. Крім розгалужених світових ринків товарів та послуг промислового виробництва та споживання, де суттєвий вплив на результати діяльності мають ефекти масштабування останнім часом значною конкурентною перевагою та запорукою економічної безпеки стає розвиток нових сфер, де формування попиту та пропозиції товарів та послуг супроводжується поєднанням найсучаснішого розвитку науки та технологій з традиційними знаннями, новітнім використанням відомих технологій.

Так, починаючи з 90-х років ХХ століття ринкова економіка набуває рис креативної економіки. Вона будується на отриманні доданої вартості за рахунок використання результату людської креативної розумової діяльності. Згідно з доповіддю ООН про креативну економіку, така економіка – це синергія

економічних, культурних та соціальних аспектів з технологіями, інтелектуальною власністю та туристичними об'єктами. Ядром креативної економіки є креативні індустрії. До категорій, які поширені в креативній економіці, належать архітектура, реклама, ринок об'єктів мистецтва та антикваріату, публіцистика, музика, відео- та комп'ютерні ігри тощо [1]. Процес перетворення ідеї на товар, що лежить у основі креативної економіки, нерозривно пов'язаний з інтелектуальною власністю та її комерціалізацією.

Початковий перехід до креативної економіки відбувався у країнах з розвиненою економікою. Але однією з тенденцій минулого десятиліття стало набуття економіками, що розвиваються, рис креативної економіки. Особливе місце посідають в цьому сенсі країни Азії – Китай, Гонконг, Південна Корея тощо, в яких розвиток креативної економіки відбувається з високою швидкістю. Україна відноситься до країн з перехідною економікою та посідає вищі щаблі за обсягом експорту креативних товарів у Східній Європі [2], що є однією з ознак поступового переходу України до креативної економіки. За даними ООН, об'єм експорту креативних товарів збільшився з 238,73 млн доларів у 2004 році до 768,27 млн доларів у 2015 році. Основними експортними товарами України є продукція модної індустрії, прикладного мистецтва та публіцистики, послуги у сфері ІТ. Основні регіони експорту – Європа (78%) та Азія (22%). Такі напрями пов'язані з особливостями економіки України, неможливості в наслідок політико-економічної ситуації значних інвестиційних програм в промисловості, наявний науково-практичний та освітній потенціал, що спонукає розробці креативних та інноваційних за економічною дією рішень щодо виробництва, процесів розподілу та споживання. Забезпечення безпеки використання об'єктів інтелектуальної власності, як продукції креативних індустрій, і для виробників і для споживачів такої продукції повинно забезпечуватись на законодавчому, економічному та етичному підґрунті.

Розвиток законодавчої бази України в напрямі правових актів щодо охорони об'єктів інтелектуальної власності – патентів, авторських та суміжних

прав, торгівельних марок, географічних зазначень, топографії інтегрованих систем, організацій колективного управління тощо – має достатню історію, яка започаткована ще за радянських часів. Однак сучасні виклики інформаційної доступності та розгалуженості є актуальними для більшості країн, в тому числі і для нашої. В Україні було розроблено законопроекти щодо підвищення стримуючих кримінальних покарань за порушення прав інтелектуальної власності, а також для поліпшення митного контролю. Розпочато створення спеціалізованого Вищого Суду з питань інтелектуальної власності, прийнято Закон «Про державну підтримку кінематографії в Україні», який встановлює кримінальне покарання за нелегальний відеозапис та роз'яснює можливе покарання за Інтернет-піратство. Створення обмеження відповідальності в цьому законі є ще одним важливим кроком вперед [3].

Незважаючи на ці покращення, певні аспекти закону стали причиною виникнення занепокоєнь у різних зацікавлених груп, які повідомляють, що певні зобов'язання та відповідальності, поставлені новим законом, занадто неоднозначні або занадто обтяжливі, щоб сприяти ефективному і дієвому реагуванню на інтернет-піратство. Країни Європи та США спонукають Україну до активної взаємодії з вищезгаданими групами заради забезпечення ефективності та дієвості без певних відповідей на Інтернет-піратств [3].

Отже, існують певні передумови для формування механізму забезпечення безпеки підприємств в процесі захисту їх інтелектуальної власності, моделювання процесу комерціалізації інтелектуальної власності в Україні в умовах сучасної економіки. Серед цих передумов можна виділити підвищення темпів розвитку законодавчої бази щодо інтелектуальної власності в Україні та наявність рис креативної економіки у вітчизняній економіці.

В умовах креативної економіки комерціалізація інтелектуальної власності в цілому та інноваційного продукту зокрема є питанням безпеки суб'єкта, що володіє інтелектуальною власністю, оскільки за рахунок успішної комерціалізації відбувається відшкодування витрат новатора на створення інноваційного продукту і отримання очікуваного прибутку від своєї діяльності і

новатором і користувачем його інновацій [4]. Таким чином формування відповідного забезпечення щодо організації захисту інтелектуальної власності підприємства, формування бізнес-процесів щодо пошуку та економічно-обґрунтованому використанню актуальних існуючих та захищених об'єктів інтелектуальної власності є новим напрямом роботи підприємств України. Комерціалізація інтелектуальної власності є важливим для економіки процесом, адже передбачає відшкодування витрат та отримання прибутку всіма учасниками процесу. Моделювання процесу комерціалізації інтелектуальної власності в Україні вимагає створення комплексного підходу. Він повинен враховувати наведені вище фактори, а також ряд інших факторів: спосіб формування вартості об'єкту інтелектуальної власності; тип об'єкту інтелектуальної власності; ступінь інноваційності об'єкту інтелектуальної власності; механізм переходу права власності на об'єкт інтелектуальної власності.

Тому необхідно застосовувати комплексну модель управління безпекою та комерціалізації інтелектуальної власності. Така модель передбачає визначення об'єкту інтелектуальної власності, формування його вартості та формування механізму переходу права власності на об'єкт інтелектуальної власності.

Перелік джерел посилання

1. UNCTAD (2010) Creative Economy: A Feasible Development Option. Geneva: UNCTAD
2. UNCTAD (2018) Creative Economy Outlook: Country Profiles. URL: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2328>
3. The Office of the United States Trade Representative: 2018 Special 301 Report. URL: <https://ustr.gov/sites/default/files/files/Press/Reports/2018%20Special%20301.pdf>
4. Серпухов М. Ю. Формування стратегії управління комерціалізацією інноваційної продукції підприємства. *Бізнес Інформ*. 2009. № 11(2). С. 85-87.

Кирий В. В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Шелефонтюк В. Р.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

В сучасних умовах інтернет-технології впливають на всі сфери діяльності підприємств. У маркетингу нові цифрові можливості можуть бути використані для подолання обмежених можливостей традиційних засобів просування продукції за допомогою друкованих ЗМІ або реклами на телебаченні і радіо, та наближення товарів та послуг до споживачів на ринках як B2C, так і B2B.

Інтернет-реклама є одним з інструментів, найбільш придатних для залучення великої кількості споживачів одночасно зі зменшенням обсягу використаних ресурсів, необхідних для просування на ринку. Це пов'язано зі значним збільшенням кількості інтернет-користувачів, постійним вдосконаленням та розвитком Інтернету як інструменту для ведення бізнесу.

Визначальну частку українського ринку Інтернет-реклами складає пошукова (контекстна) реклама та банерна. В 2019 році частка бюджету пошукової реклами вітчизняного інтернет-ринку становила 56 %, близько \$362 млн., та вона прогнозовано зросте у поточному 2020 до 59 % [1].

Досить значна частина суб'єктів господарювання відмовляються витратити кошти на інтернет-рекламу, тому що не мають вичерпної та простої інформації про оцінку ефективності такої реклами. Найчастіше маркетингологи керуються обмеженою множиною індикаторів: кількістю натискань на рекламу і відвідувань веб-сайтів, що не дає й не може дати повної й об'єктивної оцінки

ефективності інтернет-реклами підприємства [2]. В середньому компанії витрачають від 7 % до 10 % доходу на рекламу. Тож не дивно, що менеджменту бізнесу важливо розуміти доцільність використання свого бюджету та оцінку збільшення доходу за таких витрат.

В наш час дуже легко знайти будь-який інфо-продукт, в якому багато практичних та теоретичних матеріалів, стосовно сфери інтернет-реклами. Велика кількість досліджень вимірювання ефективності рекламної діяльності. Але серед цього великого об'єму інформації не знайдено підходу щодо ключових показників ефективності рекламної діяльності у цій сфері, які дозволяють вимірювати як кількісні, так і якісні параметри.

Ефективність цифрової мережевої реклами складається з двох взаємопов'язаних компонентів: комунікативної та економічної ефективності [3]. Комунікативна ефективність визначає швидкість інформативного впливу рекламного тексту на аудиторію, що включає створення образу та відчуття продукту або компанії споживачем, впізнаваність бренду після рекламної кампанії, ступінь сприйняття рекламного повідомлення і т.д. У свою чергу, економічна складова оцінки рекламних заходів визначає їх ефективність з точки зору економічних показників, що характеризують рекламні кампанії, наприклад, витрати, доходи, прибутки, темпи зростання обсягів продажів та інші.

Кількісною основою для оцінювання ефективності використання Інтернет-ресурсів є, насамперед, засоби Інтернет-статистики, які дозволяють збирати повнішу статистичну базу даних щодо дій споживачів. Таку інформацію можна опрацьовувати за кожним цільовим сегментом, обирати відмінні масиви і їх перетини, вивчати окремі шари споживачів і тематичні сегменти. Інтернет-статистика дозволяє виявити результати рекламної кампанії та навіть через кілька місяців точно визначити кількість залучених споживачів, обсяг повернення через деякий час, скільки з них стали постійними

відвідувачами, скільки було зроблено покупок або кількість переглянутих сторінок. Ефективність рекламного засобу можна визначити кількісно.

Основні показники ефективності інтернет-реклами, в тому числі контекстної, якими керується маркетологи в своїй роботі представлені в табл. 1. Чим менше кожен з наведених нижче показників, тим краще відпрацьовує рекламна кампанія або тим більш оптимально вона витрачає маркетинговий бюджет.

Таблиця 1 – Основні показники ефективності інтернет-реклами

ROI (Return On Investment)	Найзагальніший економічний показник для визначення прибутковості/збитковості будь-якого бізнес-процесу. Його необхідно оцінювати і для маркетингового каналу.
CPV (Cost Per Visitor) Вартість перегляду публікації	Співвідношення суми, витраченої на оплату майданчика (сайту), де здійснюється показ рекламного матеріалу, і загального числа відвідувачів, що переглянули сторінку, де розміщений банер. Цей показник регулюється вибором найбільш оптимального місця розміщення реклами зі зрозумілою аудиторією. Іноді використовують також такий показник, як СРМ - ціна за 1000 показів банера.
CPC (Cost Per Click) Вартість кліка	Співвідношення вартості розміщення рекламного матеріалу і числа відвідувачів (перейшли на Лендінг рекламодавця). Знову ж регулюється вибором майданчика з найбільш якісним, цільовим трафіком.
CPA (Cost Per Action) Вартість цільової дії на сайті рекламодавця.	CPA-модель – найбільш економічно-ефективний варіант оплати рекламних розміщень, оскільки в такому випадку рекламодавець платить за конкретних споживачів, які підтвердили інтерес до продукту.
CTR (Click Through Rate). Показник «клікабельності».	Показує, як часто користувачі натискають на оголошення після перегляду. CTR безпосередньо залежить від якості контенту оголошень і того, наскільки правильно підібрані ключові слова, у відповідь на пошук яких вони показуються.
Охоплення (Reach)	Число користувачів, яким показувався рекламний матеріал.

Джерело: складено авторами з урахуванням [4].

Частина показників можна одержати через різні інструменти системи веб-аналітики Google analytics (GA), яка є найбільш зручною та визнаною в даний час. Решта показників розраховується на основі даних господарської діяльності компанії, лічильників Інтернет-статистики, а також інших сервісів для аналізу та аудиту сайту – Serpstat, SimilarWeb Google AdWords, Facebook Ads тощо.

Показники ефективності рекламної кампанії - це основна інформація, що дозволяє оптимізувати рекламний бюджет і, відповідно, підвищувати віддачу від реклами. У зв'язку з цим подальші дослідження в цій області маркетингу можуть бути спрямовані на розробку нових показників ефективності інтернет-реклами і вдосконалення існуючих методів її оцінки.

Перелік джерел посилання

1. Шаповал Катерина. Смартфон переграв ящик. Що відбувається з ринком реклами в Україні – хто, кому і за що платить. *Видавничий Дім «Media-ДК»*. 2020. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/markets/rinok-reklami-pidsumki-i-prognozi-internet-proti-televizora-novini-ukrajini-50067589.html>

2. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: навчальний посібник. Київ, 2010.

3. Дейнекін Т. В. Комплексний метод оцінки ефективності інтернет-реклами в комерційних організаціях. *Маркетинг в Росії і за кордоном*. 2003. № 2. С. 34-39.

4. Показники ефективності інтернет реклами. *CoMagic*. 2018. URL: https://www.comagic.ru/blog/posts/mar/pokazateli_otsenki_effektivnosti_internet_reklamy/.

5. Михалева Є. П. Оцінка ефективності заходів Інтернет-маркетингу. *Известия ТулГУ. Економічні і юридичні науки*. 2015. № 3. С.88-96.

Кирий В. В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Шемшура В. А.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

З розвитком ринкових відносин у складі майна підприємств з'явився новий вид активів, його помітною особливістю є відсутність матеріальної форми – інтелектуальна власність. З визнанням об'єктів інтелектуальної власності в якості товару все більше цікавляться оцінкою прав на результати інтелектуальної діяльності. Така оцінка необхідна, зокрема, як при покупці, так і при продажу інтелектуальної власності. Сьогодні ці питання набувають дедалі більшого значення у зовнішньополітичній, комерційній і виробничій діяльності підприємств різних форм власності [1].

Інтелектуальна власність (ІВ) – це результати інтелектуальної, творчої діяльності людини у виробничій, науковій, літературній, художній та інших сферах, права на які охороняються законом [1].

Процес визначення дійсної цінності об'єкта інтелектуальної власності (ОІВ) дуже складний і на нього впливає багато факторів. Конкретний вибір методології залежить від багатьох факторів, але значною мірою цей вибір зумовлюється залежністю від:

– самого об'єкта інтелектуальної власності (відкриття, промисловий зразок тощо);

– мети вартісної оцінки (аудит нематеріальних активів підприємства, передача прав інтелектуальної власності (комерціалізація), вклад в уставний капітал, компенсація витрат при порушенні прав і тощо);

– точності кінцевого результату (розрахунок оцінки, оцінка рівня, високоточна оцінка тощо);

– доступність вихідної інформації (наявність та доступність всіх видів інформації, обмеженість вихідних даних і тощо). В Україні вартісна оцінка ОІВ проводиться з використанням трьох класичних методичних підходів, які початково розроблені американськими економістами і певним чином адаптовані вітчизняними експертами. Кожний з цих підходів має низку різновидів, які в тій чи іншій мірі можуть застосовуватися до вартісної оцінки різних видів ОІВ.

Витратний підхід – сукупність методів оцінки об'єктів інтелектуальної власності, заснованих на визначенні витрат, необхідних для їх повного відтворення за вирахуванням обґрунтованої поправки на нарахований знос [2].

В основі цього підходу складання калькуляції витрат для створення, правової охорони, поширення, придбання та використання ОІВ на момент проведення вартісної оцінки. Цей підхід передбачає визначення вартості ОІВ, якщо неможливо знайти відповідний аналог, відсутній хоча б якийсь досвід практичного використання подібних об'єктів або прогноз майбутніх прибутків нестабільний чи ненадійний. Витратний підхід заснований на визначенні оціночної вартості прав інтелектуальної власності та врахуванні витрат, понесених шляхом дотримання конкретної технології для визначення вартості її розробки; і технології визначення коефіцієнта, які дозволяють коригувати витрати на розробку об'єкта оцінки і, нарешті, технології визначення його підсумкової вартості.

Основний недолік використання методу витрат полягає в тому, що ринкова вартість ОІВ часто не залежить від початкової вартості, і може як суттєво (в десятки, а то і в тисячі разів) перевищувати її [3], так і бути нижче,

залежно від ряду факторів: ступінь захищеності ОІВ патентом, кількість загальнодоступної інформації про ОІВ, термін існування ОІВ та ін.

Порівняльний (ринковий) підхід складається з сукупності методів оцінки ОІВ, заснований на аналізі ринкових продажів шляхом порівняння об'єктів оцінки з аналогічними. Він базується на використанні ринкової інформації, доступної оцінювачу, і дозволяє отримати прості та логічні судження щодо ціни інтелектуальної власності. Використання порівняльного підходу здійснюється за наявності достовірної і доступної інформації про ціну продажу аналогічного об'єкту оцінки і фактичні умови операцій з ними. При цьому може використовуватися інформація про ціни операцій, пропозицій і попиту.

Порівняльні методи оцінки інтелектуальної власності мають свої переваги та недоліки [3]. Основна перевага методу порівняння полягає в тому, що оцінювач орієнтується на фактичні ціни купівлі та продажу подібних об'єктів. У цьому випадку ціна визначається ринком, оскільки оцінювач обмежується тільки коригуваннями, що забезпечують порівнянність аналога з оцінюваним об'єктом. Попередні підходи визначають вартість на основі розрахунків, в той час як порівняльний базується на ретроспективній інформації і відображає фактично досягнуті результати здійснення угод на ринку, що значно відрізняє його від прибуткового, орієнтованого на прогнози щодо майбутніх доходів.

Однак метод порівняння має багато основних недоліків, які обмежують його використання в практиці оцінювання:

- розрахунок базується на фінансових результатах, отриманих у минулому, тому перспективи розвитку цієї інтелектуальної власності ігноруються;

- порівняльний підхід можливий лише за наявності досить різноманітної фінансової інформації не тільки по об'єкту оцінювання, але і по великій кількості подібних об'єктів, обраних оцінювачем як аналоги;

– оцінювач повинен робити складні коригування, вносити правки в кінцеву величину і проміжні розрахунки, що вимагають серйозного обґрунтування.

При оцінці нематеріальних активів та інтелектуальної власності доходний підхід відіграє особливу роль як підход, оскільки він, найбільш достовірно відображає справжню цінність нематеріальних активів. Вартість об'єктів інтелектуальної власності в цьому підході залежить від кількості, якості та тривалості майбутніх вигод від його використання.

Майбутню вигоду від використання прав інтелектуальної власності слід розуміти як майбутній дохід, створений безпосередньо цим майном. Це слід розглядати як рух грошових коштів, що генерується в результаті використання нематеріальних активів.

Визначення ринкової вартості інтелектуальної власності з застосуванням доходного підходу повинно базуватися на результатах її поточного використання. Тільки завдяки такій оцінці можна говорити про її чіткість. Активи компанії самі по собі не можуть генерувати нормальний грошовий потік.

Оцінювані активи на дату оцінки повинні бути невіддільними від інших активів підприємства, утворюючи єдину економіку, яка генерує чистий грошовий потік (принцип залежності). Тільки в цьому випадку можна говорити про існування ринкової вартості, обумовленої дохідним підходом.

Перевага прибуткового методу полягає в тому, що він є універсальним, теоретично обґрунтованим і дозволяє точно визначити вартість активу, який слід визначати відповідно до виду операції та мети оцінки. Основний недолік доходного підходу – складність отримання необхідної вихідної інформації для розрахунків. До недоліків даного підходу також слід віднести побудову всіх розрахунків на основі прогнозних даних і попередніх висновків експертів [5].

Вищезазначені методи складають основу методів, що використовуються для оцінки прав інтелектуальної власності, але не є вичерпним переліком усіх можливих варіантів оцінки. Існує ряд інших методів, які прийнятні для

застосування до окремих ОІВ і не можуть бути застосовані щодо інших. Вся сукупність існуючих методів досить значна і кожен метод може бути предметом окремого розгляду. Слід зазначити, що, як показує практика, жоден метод оцінки не є дуже ефективним порівняно із комплексним застосуванням різних методів. Загалом обрання методики оцінки інтелектуальної власності є результатом виключно професійної думки експерта, яка повинна в першу чергу ґрунтуватися на його безпосередньому досвіді оціночної діяльності.

Перелік джерел посилання

1. Підпригора О. А., Підпригора О. О. Право інтелектуальної власності України: навч. посібник для студентів юрид. вузів і фак. ун-тів. Київ: Юрінком Інтер, 2018. 336 с.

2. Аренков І. А., Саліхова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентний потенціал підприємства: модель і стратегії розвитку. *Проблеми сучасної економіки*. 2011. № 4 (20). URL: www.meconomy.ru/art.php?nArtId=3801

3. Потенціал підприємства: поняття та оцінка. *Grandars*. URL: www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html.

4. Брукінг Е. Інтелектуальний капітал: ключ до успіху в новому тисячолітті. Пер. з англ. під. ред. Л. Н. Ковалик. Санкт-Петербург: Пітер, 2001. 288 с.

5. Методика оцінки об'єктів інтелектуальної власності. URL: https://pidru4niki.com/78167/pravo/metodika_otsinki_obyektiv_intelektualnoyi_vlasnosti (дата звернення 29.10.2020).

Кішинський Н. В.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найбільш серйозних проблем економіки України, починаючи з 1990-х років, є зростання загроз економічної і фінансової безпеки держави. Ризики в цій сфері не дозволяють забезпечити необхідний рівень економічного зростання, стримують реформування економіки, негативно впливають на торговельну та зовнішньоекономічну діяльність України, створюють перешкоди на шляху удосконалення бюджетної, податкової, страхової й іншої сфер фінансово-економічної системи України. Такий вплив здійснюється на всіх рівнях управління: державному, регіональному та рівні підприємства. Базовим критерієм забезпечення національної безпеки будь-якої держави є рівень розвитку її економіки. Стійкий розвиток економіки – це основа реалізації національних інтересів будь-якої країни. На локальному рівні фінансово-економічна безпека забезпечується на рівні підприємств та організацій.

Тому в сучасних умовах господарювання кожне підприємство незалежно від форми власності та організаційно-правової форми піддається негативним впливам та загрозам ззовні, що призводить до виникнення дисбалансу та серйозного погіршення основних техніко-економічних показників функціонування. Такий розвиток підприємства потребує оперативного реагування на такі ситуації, вчасно застосовувати певні заходи, щодо стабілізації ситуації на підприємстві, впроваджувати певні заходи які сприятимуть стабілізації фінансово-економічного стану підприємства. Фінансово-економічна безпека підприємства характеризує здатність

підприємства забезпечувати стійкий розвиток, як в поточному періоді, так і на перспективу, в умовах впливу негативних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Фінансово-економічна безпека підприємства залежить від таких економічних категорій як конкурентоспроможність, потенціал, життєздатність та ризик стійкість підприємства [1].

Визначальна роль при цьому належить організаційно-економічному механізму економічної безпеки підприємства, який є одним із найважливіших елементів стратегії розвитку, гарантує економічну безпеку підприємства та забезпечує необхідний її рівень. Організаційно-економічний механізм – це система обумовлених цілей, завдань, принципів, функцій, що дає можливість приймати оптимальні рішення стосовно стабільного функціонування підприємства та його подальшого розвитку, а також контролювати стан його економічної безпеки.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки діяльності підприємства зумовлено наявністю певної невизначеності та мінливості зовнішнього середовища, які впливають на загальний розвиток підприємств. Оскільки вплив зовнішнього середовища формується на основі загальної політики держави в питаннях забезпечення фінансово-економічної безпеки національної економіки. Залежність підприємств від зовнішнього середовища пояснюється залежністю від функціонування та потреб ринку, низькою конкурентоспроможністю та невідповідністю виробничим потребам внутрішнього ринку; недосконалістю законодавчої бази, мінливістю суспільних і політичних орієнтирів тощо. Вирішення цих проблем можливе на основі державної підтримки процесів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах створення відповідних умов функціонування підприємств, на основі нормативно-правового та податкового регулювання їх діяльності. Державна підтримка діяльності та розвитку підприємств здійснюється в двох аспектах – економічному та соціальному.

Економічна складова, яка впливає на розвиток підприємств полягає у неефективності банківської системи, її неспроможність забезпечувати кредитування реального сектора, брак довіри до неї з боку населення, нераціональний розподіл банківською системою кредитних ресурсів у стратегічно важливі види економічної діяльності; значне падіння обсягів виробництва; недостатня диверсифікація джерел постачання енергоносіїв, насамперед нафти, природного газу та ядерного палива, що формує залежність від поставок імпортного палива, переважно з РФ, та є інструментом політичного тиску на Україну; високий рівень матеріало- та енергомісткості виробництва, що зумовлює низьку конкурентоспроможність української продукції; зростання тіньової економіки; істотне скорочення внутрішнього валового продукту, зниження інвестиційної та інноваційної активності і науково-технічного та технологічного потенціалу, скорочення досліджень на стратегічно важливих напрямках інноваційного розвитку; масова збитковість підприємств, їх неспроможність здійснювати нагромадження за рахунок власних джерел [2].

Регулювання наведених складових економічного розвитку дозволить підприємствам нарощувати свій потенціал та підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку.

Якщо розглядати в регіональному розрізі розвиток підприємств, то на рівень їх соціально-економічної безпеки має вплив зростання бідності; демографічна криза; низький рівень оплати праці; дефіцит трудових ресурсів відповідної кваліфікації; низька економічна активність населення; міграція населення. Такі негативні соціальні явища призводять до погіршення кадрової складової забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, через брак відповідних трудових ресурсів певної кваліфікації та досвіду.

Таким чином, для формування превентивних заходів щодо виникнення кризових явищ на підприємстві зумовлюється необхідність розроблення

комплексного моніторингового підходу та оцінювання діяльності підприємства в цілому та його фінансово-економічного стану, зокрема. В умовах трансформаційних змін в економічній системі країни забезпечення стійкого фінансово-економічного стану підприємства є беззаперечним постулатом, який сприятиме формуванню системи захищеності функціонування підприємства від негативних впливів зовнішнього середовища, можливості його адаптації до мінливих умов ринкових відносин з метою підвищення конкурентоспроможності і фінансової стійкості.

Перелік джерел посилання

1. Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення. Львів: *Ліга -Прес*, 2012. 388с.

2. Аніловська Г. Я. Інформаційна безпека підприємства в умовах використання сучасних інформаційних технологій. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/18_9/270_Anilowska_18_9.pdf

Колупасва І. В.,

*д.е.н, професор кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Ткаченко А. Г.,

аспірант,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку є його інноваційний розвиток. Успішна реалізація цього напрямку вимагає розробки ефективного механізму, функціонування якого забезпечить стабільну роботу підприємства у конкурентному середовищі.

Теоретичні та методичні аспекти функціонування механізму інноваційного розвитку підприємства розглядалися у роботах багатьох вчених, серед яких: В. Р. Волощук [1], О. Ю. Доценко [2], А. Р. Дунська [3], С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська [4], А. І. Українець [5], О. Г. Череп [6] та інші. Методологічні засади формування інноваційно-інвестиційного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства досліджувалися Т. В. Полозовою [7] та іншими. Проте аналіз свідчить про неоднозначність підходів до визначення суті механізму інноваційного розвитку підприємства, що обумовлює необхідність подальшого наукового пошуку.

Метою дослідження є визначення економічної суті механізму інноваційного розвитку підприємства.

Для досягнення поставленої мети проаналізовано такі базові дефініції: «механізм», «розвиток», «інноваційний розвиток», «інноваційний розвиток підприємства» (табл. 1).

Таблиця 1 – Базові дефініції в межах предметної області дослідження

Базова дефініція	Автор	Змістовний контент
Механізм	Т. В. Полозова [7, с. 40]	Сукупність та взаємодія певних структурних елементів (можливостей, станів, процесів, властивостей), які забезпечують функціонування будь-якої соціально-економічної системи
	Н. Зіновчук [8, с. 196]	Певна сукупність економічних процесів або суспільних явищ, згрупованих таким чином, що вони можуть сприяти або безпосередньо трансформувати інші економічні процеси чи суспільні явища
Розвиток	О. В. Раєвнева [9, с. 127]	Необоротний, направлений, закономірний унікальний процес змін відкритої системи у просторі та часі
Інноваційний розвиток	В. Р. Волощук [1]	Особлива інноваційна спрямованість креативних ідей і цілей та шляхів їх досягнення, механізмів державного регулювання економіки і ринкову самоорганізацію, обумовлена переважною орієнтацією ланок всіх сфер економіки на виробництві інноваційних продуктів і послуг, створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність
	С. М. Ілляшенко [4, с. 67]	Процес інноваційного розвитку розглядається з позицій конкретного підприємства у взаємодії з різними контрагентами, що по суті характеризує поведінку підприємства у конкурентному середовищі і є фактором його інноваційного розвитку
Інноваційний розвиток підприємства	О. Г. Череп [6, с. 49]	Процес створення, упровадження і комерціалізації інновацій, які забезпечать якісні зміни об'єкта управління, соціальний, економічний, екологічний ефекти, стійке зростання прибутковості, інвестиційної привабливості підприємства в довгостроковій перспективі
	Л. І. Федулова [10]	Процес позитивних якісних змін в інноваційному стані підприємства з позицій динамічного підходу до інноваційної діяльності
Механізм інноваційного розвитку підприємства	В. Р. Волощук [1, с. 29]	Механізм взаємозв'язку і взаємодії функцій, процесу та забезпечуючих підсистем, спрямованих на найбільш ефективно його здійснення і які включають в себе сукупність елементів зовнішнього і внутрішнього середовища на різних етапах інноваційного процесу
	О. Ю. Доценко [2]	Сукупність взаємопов'язаних елементів, що дають змогу регулювати і стимулювати проведення послідовності впорядкованих і незворотних змін у межах підприємства шляхом здійснення цілеспрямованих перетворень інноваційного характеру в різних сферах його діяльності
	А. І. Українець [5, с. 221]	Розглядається як підсистема підприємства. Механізм має формуватись з компонентів і зв'язків між ними відповідно до цілей

Джерело: розроблено авторами на основі [1, 2, 4-9, 10]

Слід зазначити, що можна вважати коректним використання обидва підходи до трактування поняття «механізм», і виходячи із системних позицій [7], і з точки зору процесного підходу [8].

Науковець О. В. Раєвнева наголошує на інтерпретації розвитку як процесі змін системи у просторово-часовому вимірі [9, с. 127].

Автор С. М. Ілляшенко розглядає інноваційний розвиток у поведінковому контексті (тобто через призму поведінки економічних агентів у конкурентному середовищі) [7, с. 67].

Інтеграція базових понять «механізм», «розвиток» та «інноваційний розвиток підприємства» простежується у роботах В.Р. Волощук [1], О. Ю. Доценко [2], А. Р. Дунської [3], А. І. Українець [5], О. Г. Череп [6].

У своїх дослідженнях А. І. Українець ототожнює поняття інноваційного розвитку підприємства з поняттям організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства [5, с. 221], з чим не можна погодитися.

Аналіз базових дефініцій, у даній роботі дозволив сформулювати авторське визначення поняття «механізм інноваційного розвитку підприємства», яке полягає у тому, що це сукупність взаємопов'язаних структурних елементів, які взаємодіють між собою і представляють цілісну систему, забезпечуючи еволюційний розвиток підприємства через ефективне впровадження інновацій в умовах впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Таким чином, у даному дослідженні проаналізовано базові поняття, узагальнено підходи до їх інтерпретації та на основі подальшої інтеграції побудовано авторське визначення.

Подальший напрям досліджень може передбачати визначення структури механізму інноваційного розвитку підприємства, його основних елементів та розкриття особливостей їх взаємодії.

Перелік джерел посилання

1. Волощук В. Р. Механізми активізації інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2019. № 7-8 [81]. С. 27-33.
2. Доценко О. Ю. Механізм інноваційного розвитку регіону. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2012. № 3. С. 31-40.
3. Дунська А. Р. Визначення категорії «інноваційний механізм розвитку промислових підприємств». *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 1. С. 169-179.
4. Ілляшенко С. М., Біловодська О. А. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2010. 281 с.
5. Українець А. І. Принципи формування механізму інноваційного розвитку вітчизняних машинобудівних підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Проблеми економіки*. 2009. № 640. С. 219-225.
6. Череп О. Г. Системний характер формування механізму інноваційного розвитку підприємства. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 1. С. 43-50.
7. Полозова Т. В. Формування інноваційно-інвестиційного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства: монографія. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 592 с.
8. Зіновчук Н. В. Екологічна політика в АПК: економічний аспект. Львів: Львівський держ. аграр. ун-т, ННБК «АТБ», 2007. 394 с.
9. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
10. Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 2. С. 122-135.

Костін Ю. Д.,

*д.е.н, професор кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Буркан Є. А.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні мови господарювання, які характеризуються прискоренням світових інтеграційних процесів, призводять до відкритості і взаємозалежності всього суспільства. З іншого боку, нестабільність політичної та економічної ситуації, широкі масштаби протиправних дій організованих злочинних груп у всіх сферах економіки, недосконалість законодавчої бази, постійний ризик – обставини, які обумовлюють необхідність перегляду питання забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

Теоретичні аспекти фінансово-економічної безпеки підприємства розглядалися у роботах багатьох науковців, серед яких: О. І. Абакуменко [1], В. В. Глущенко [2], В. Я. Нусінов [3], Н. Ю. Подольчак [4] та інші.

Фінансово-економічна безпека підприємства у загальному сенсі інтерпретується як стан використання ресурсів, який забезпечує захищеність його економічних інтересів від зовнішніх і внутрішніх загроз та створює необхідні передумови для стійкого розвитку підприємства в поточному та довгостроковому періодах [1, 2].

Загрози фінансово-економічної безпеки підприємства поділяються на внутрішні та зовнішні.

При цьому до внутрішніх загроз фінансово-економічної безпеки підприємства слід віднести: протиправні чи інші негативні дії персоналу, що

загрожують функціонуванню підприємництва; порушення встановленого режиму захисту інформації з обмеженим доступом для сторонніх осіб; порушення порядку використання технічних засобів; інші порушення правил режиму безпеки, діловодства тощо, які створюють передумови для реалізації протиправних цілей злочинних елементів чи інших зацікавлених фігурантів; низький рівень кадрового, організаційного, інформаційного забезпечення управління потенціалом підприємства [4].

До зовнішніх загроз фінансово-економічної безпеки підприємства можна віднести: роботу спеціальних служб іноземних держав щодо здобуття інформації про економічні процеси у сфері підприємництва з метою здійснення антиконкурентних заходів; роботу служб безпеки суб'єктів підприємницької діяльності, як вітчизняних так і зарубіжних, з метою подавлення конкурентів, заволодіння ринками збуту чи майном конкурентів; протиправну діяльність організованих злочинних формувань та окремих осіб з метою заволодіння майном суб'єктів підприємницької діяльності [4].

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки містить: оцінку загроз економічній безпеці, що мають політико-правовий характер; оцінку поточного рівня забезпечення фінансової безпеки; оцінку ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій; планування комплексу заходів із забезпечення фінансової безпеки і розробку рекомендацій стосовно його реалізації; бюджетне планування практичної реалізації пропонованого комплексу заходів; планування корпоративних ресурсів; оперативну реалізацію запланованих дій у процесі здійснення суб'єктом господарювання фінансово-господарської діяльності [2].

Формування адекватної та ефективної стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства передбачає проведення аналізу наступних теоретико-методологічних та функціонально-організаційних питань, які можна поділити за такими напрямками: структура моделі стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки; характеристика основних факторів, що

визначають параметри стратегії; основні кількісні показники, що використовуються в стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства; використання комплексних методів аналізу в процесі аналізу стратегії забезпечення [2].

Формування ефективної системи фінансово-економічної безпеки передбачає: визначення об'єктів та суб'єктів фінансово-економічної безпеки; ідентифікація загроз та ризиків у діяльності підприємства; використання потенціалу підприємства для забезпечення стратегії безпеки; виконання завдань забезпечення функціонування системи фінансово-економічної безпеки на основі відповідних компетенцій безпеки підприємства та персоналу.

Перелік джерел посилання

1. Абакуменко О. І., Базилінська О. Я., Бурденко І. М., Гавриленко Н. І., Горшунова І. В. Концептуальні засади формування фінансово-економічної безпеки: колект. монографія; ред.: С. М. Шкарлет; Черніг. нац. технол. ун-т. Ніжин: Лук'яненко В. В.: Орхідея, 2015. 440 с.

2. Глущенко В. В., Носова О. В., Маковоз О. С., Ткаченко С. О., Жукова Л. М. Розвиток фінансового потенціалу суб'єктів господарювання як основа досягнення фінансово-економічної безпеки: колект. Монографія; ред.: В. В. Глущенко; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. 383 с.

3. Нусінов В. Я., Астаф'єва К. О., Нусінова О. В. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства на всіх етапах розвитку: монографія / ДВНЗ «Криворізь. нац. ун-т». Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2015. 185 с.

4. Подольчак Н. Ю., Карковська В. Я. Організація та управління системою фінансово-економічної безпеки: навч. посіб.; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. 267 с.

Костин Ю. Д.,

*д.э.н., профессор кафедры экономической кибернетики
и управления экономической безопасностью,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

Костин Д. Ю.,

*к.э.н., инж. I-й категории учебно-научной лаборатории
«Моделирование экономических процессов в
инфраструктурных отраслях»,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

КЛАСТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ТАРИФОВ НА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Формирование тарифов на жилищно-коммунальные услуги (ЖКУ) является одной из важнейших задач в государственной политике Украины. Действующий механизм ценообразования на услуги предприятий жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) на основе затратного метода и доминирование монопольного влияния государства в этой сфере, оказывают негативное влияние на конкурентоспособность предприятий ЖКХ.

В связи с этим необходимо выполнить исследование уровня средних тарифов на ЖКУ в городах и регионах Украины и изучить влияние факторов, определяющих платежеспособный спрос на услуги предприятий ЖКХ.

Средняя заработная плата и средняя стоимость 1 кв.м, жилья в городе являются такими факторами, которые следует учитывать при формировании тарифов на ЖКУ в городах и регионах Украины. Являющаяся основным источником доходов населения, средняя заработная плата определяет готовность населения оплачивать ЖКУ, что очень важно для своевременного финансирования предприятий этой сферы.

Средняя стоимость 1 м.кв, жилья позволяет оценивать привлекательность как самого жилья, так и условий проживания, которые зависят от состояния материально-технической базы жилого фонда и жилищно-коммунальной инфраструктуры, качества их обслуживания в том или ином городе. Например, в городах, где качество жилищного фонда и условий проживания лучше, тарифы на ЖКУ и средняя стоимость жилья должна быть выше. Средняя стоимость 1 м.кв, жилья также может быть использована при определении инвестиционной составляющей тарифов на ЖКУ.

Для того, чтобы представить более полно ситуацию в городах Украины по величине средней заработной платы, ценам на жилье и стоимость жилищно-коммунального обслуживания, был использован кластерный анализ и получены кластеры, объединяющие города в однородные группы, с помощью метода k-средних, реализованного в пакете программ Statistica [1].

Рассмотрим результаты кластерного анализа, позволяющего сгруппировать города Украины по величине средней месячной заработной платы и стоимости ЖКУ.

В табл. 1 приведены данные о результатах кластерной группировки городов по двум показателям - величине средней заработной платы и стоимости ЖКУ.

Таблица 1 – Кластерная группировка ряда городов Украины в однородные кластеры по величине средней заработной платы и стоимости ЖКУ

№ кластера	Город
1	Ивано-Франковск, Винница, Чернигов, Луцк, Тернополь, Херсон, Житомир, Кропивницкий
2	Харьков, Сумы, Черкассы, Хмельницкий, Белая Церковь, Ужгород, Ровно, Львов
3	Кременчуг, Запорожье, Полтава, Днепропетровск, Николаев, Днепр, Одесса, Макеевка
4	Киев, Мариуполь, Кривой Рог

Источник: Рассчитано авторами

В первый кластер вошли города, где уровень средней заработной платы относительно низкий, хотя тарифы на ЖКУ несколько завышены. Во второй

кластер вошли города, где уровень средней заработной платы не столь высокий, в отличие от тарифов на ЖКУ. В третий кластер вошли города с относительно высоким уровнем средней заработной платы и относительно низкими тарифами на ЖКУ. В четвертый кластер вошли города с наиболее высоким уровнем средней заработной платы и умеренной величиной тарифов на ЖКУ.

Уравнение регрессии, отражающее зависимость средней стоимости ЖКУ от средней заработной платы в городах Украины имеет следующий вид:

$$y = c_1 \cdot z + \varepsilon, \quad (1)$$

где y – средняя стоимость ЖКУ в месяц, грн.;

c_1 – коэффициент регрессии, отражающий влияние средней заработной платы (грн.) в городе на среднюю стоимость ЖКУ в городе;

z – средняя заработная плата (грн.) в городе;

ε – случайная составляющая.

С помощью пакета Statistica были получены уравнения регрессии, необходимые для изучения связи между уровнями средней заработной платы и стоимости ЖКУ в городах Украины.

В табл. 2 приведены результаты построения уравнений регрессии.

Таблица 2 – Характеристики уравнений регрессии, отражающие зависимость средней стоимости ЖКУ от средней заработной платы

Данные для уравнения регрессии	Значение оценки параметра c_1	Среднее квадратичное отклонение оценки параметра c_1	Значение по критерию Стьюдента для c_1	Значение коэффициента детерминации
На 01.01.20	0,146	0,007	19,477	0,922
На 01.11.20	0,181	0,01	18,00	0,910

Источник: рассчитано авторами

Как видно из данных табл. 2, оценки параметра c_1 , характеризующие степень влияния величины средней заработной платы на уровень стоимости ЖКУ не существенно отличаются. Параметр c_1 можно также интерпретировать

как расчетную теоретическую долю расходов на оплату стоимости ЖКУ, рассчитанную по отношению к размеру средней заработной платы в городе на текущий период времени. На основании значений по критерию Стьюдента для параметра c_1 можно сделать вывод о том, что величина средней заработной платы оказывает существенное влияние на формирование величины тарифов на ЖКУ для большинства городов Украины. Высокие значения коэффициентов детерминации свидетельствуют о хорошей степени адекватности моделей и их пригодности для прогнозирования.

Для изучения эластичности влияния изменения средней стоимости ЖКУ (в %) от изменения средней заработной платы в городах Украины (в %) будем использовать следующее уравнение регрессии:

$$\Delta y = d_1 \cdot \Delta z + \varepsilon, \quad (2)$$

где Δy – изменение средней стоимости ЖКУ в месяц, в %;

d_1 – коэффициент регрессии, отражающий влияние изменения средней заработной платы (в %) в городе на изменение средней стоимости ЖКУ в городе;

Δz – изменение средней заработной платы (в %) в городе;

ε – случайная составляющая.

В табл. 3 приведены результаты построения этой модели.

Таблица 3 – Характеристика уравнения регрессии, отражающая изменения средней стоимости ЖКУ (в %) от изменения средней заработной платы в городах Украины (в %)

Данные для уравнения регрессии	Значение оценки параметра d_1	Среднее квадратичное отклонение оценки параметра d_1	Значение по критерию Стьюдента для d_1	Значение коэффициента детерминации
Период 01.01.20 01.11.20	2,054	0,206	9,944	0,755

Источник: рассчитано авторами

Из полученных расчетов, представленных в табл. 3 следует довольно высокая эластичность изменения средней стоимости ЖКУ от изменения средней заработной платы в городах Украины. То есть при увеличении средней заработной платы на 1% средняя стоимость ЖКУ возросла более, чем на 2 % для большинства городов Украины.

При формировании величины тарифов на ЖКУ в городах целесообразно учитывать не только затраты предприятий ЖКХ, но и такие рыночные факторы, как величина средней заработной платы и стоимость 1 кв.м, жилья, которые отражают платежеспособный спрос населения - основных потребителей услуг ЖКХ. Формирование экономически справедливых тарифов, как с учетом платежеспособного спроса потребителей, так и с учетом предложения цен на услуги предприятий ЖКХ, позволит внедрить более гибкие механизмы ценообразования и улучшить сложившуюся ситуацию в сфере ЖКХ. По результатам проведенного статистического и регрессионного анализа были показаны существенные региональные диспропорции при формировании тарифов на ЖКУ, выявлено несоответствие между уровнями тарифов на ЖКУ, ценой стоимости жилья и величиной средней заработной платы.

Перечень источников ссылок

1. Боровиков В. П., Ивченко Г. И. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows. М.: Финансы и статистика, 1999. 384 с.

Кузнецова І. О.,

*д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту,
Одеський національний економічний університет*

Горбатюк В. В.,

*аспірант,
Одеський національний економічний університет*

СУЧАСНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Враховуючи швидкість появи нових галузей виробництва та особливості сучасного конкурентного середовища, виникає необхідність розглянути концепції формування конкурентних стратегій.

Досконально дослідивши визначення конкурентної стратегії різних вчени, ми вважаємо за доцільне конкурентну стратегію визначити як напрямки і способи діяльності для формування конкурентних переваг підприємства на підставі надання унікальної цінності споживачу.

На основі критичного аналізу літератури, ми розглянули існуючі підходи до формування конкурентних стратегій та виділили сучасні конкурентні стратегії, що враховують сучасні тенденції бізнесу (таблиця 1).

Аналізуючи запропоновані у концепції галузевого позиціювання стратегії (лідерування за витратами, диференціація, фокусування) [3, с. 73], можна виділити спільні риси для всіх трьох стратегій – це прибуток вище середньогалузевого та захищеність від п'яти сил конкуренції.

До переваг стратегії лідерування за витратами можна віднести: нижчий рівень витрат, економія на масштабі, висока частка ринку та можливість встановлення ціни нижче конкурентів. Стратегія диференціації не надає компанії, що її втілює зазначених переваг, однак вона продукує, що як вже зазначалось, дає можливість отримання прибутку, вище середньогалузевого.

Таблиця 1 – Сучасні концепції формування конкурентної стратегії

Автор	Концепція	Сутність концепції	Види стратегій
М.Портер	Галузевого позиціонування	Протидія п'яти силам конкуренції, для забезпечення найбільш високого прибутку, за рахунок створення унікальної моделі, що відповідає конкретним умовам конкретної фірми	лідирівання за витратами; диференціація; фокусування
Б. Нейлбаф А. Брандбургер	Конкурентне співробітництво	Співробітництва з конкурентами для зміни правил гри, щоб покращити кон'юнктуру галузі та умови існування в ній	конкурентне співробітництво
М.Трейсі Ф.Вірсем	Ціннісні дисципліни	Досягнення досконалості в одному з ціннісних орієнтирів обраних на основі аналізу потреб споживачів та недоліків існуючої пропозиції на ринку	лідерство за продуктом; операційна досконалість; наближеність до споживача.
Р.Нельсон С. Уітнер	Еволюційна теорія	Максимізація прибутку на основі використання імітаційних моделей для планування діяльності компаній	економічне зростання
Г. Хамел, К.К. Прахалад	Ключових компетенцій	Найбільш довготривалими факторами створення стратегії є ключові компетенції, що повинні бути центральним об'єктом корпоративної стратегії	ресурсна стратегія

Джерело: систематизовано автором за [1-5]

Стратегія фокусування може включати в себе як переваги стратегії лідирівання за витратами та стратегії диференціації окремо, або ж одночасно. Однак враховуючи те, що стратегія фокусування направлена не на весь ринок, а

лише на окремий його сегмент, висока частка ринку та економія на масштабі для цієї стратегії не характерні.

Аналізуючи стратегії запропоновані у концепції ціннісних дисциплін, потрібно зазначити, що вони мають спільні риси зі стратегіями галузевого позиціонування М.Портера. Стратегія операційної досконалості як і стратегія лідирування за витратами передбачає лідирування за ціною, високу частку ринку та економію на масштабі, доповнюючи зазначені характеристики швидким та недорогим обслуговуванням [5].

Стратегії наближеності до споживача, перекликаються зі стратегією фокусування. За стратегією наближеності до споживача, компанії отримують високий чистий прибуток, та пропонують унікальну продукцію, за рахунок постійного моніторингу та врахування потреб споживачів як в якісних характеристиках продукту так і в обслуговуванні клієнтів [5].

Особливістю стратегії лідерства за продуктом є постійна розробка унікальних, нових пропозицій в різних галузях, що супроводжується високим ризиком, однак гарантує унікальність продукції, високий чистий прибуток та ефект масштабу. Ця стратегія також має спільні риси зі стратегією фокусування, але направлена не лише на використання унікальних характеристик, а на їх постійний пошук та створення [5].

Вчені Г. Хамел та К.К. Прахалад розробили підхід ключових компетенцій в основі якої лежить ресурсна теорія. Концепція ключових компетенцій не дає чіткого розмежування стратегій, однак дає напрямок дій, для створення конкурентної переваги, що гарантує прибуток вище середньогалузевого, вагому частку ринку та унікальність продукту [4]. За концепцією стратегія повинна бути направлена на створення компетенцій актуальних в довгостроковій перспективі, що забезпечують лідирування в галузі. Для реалізації стратегії необхідне формування стратегічної архітектури, «міграційних доріжок», синтез компетенцій та управління конкурентною взаємодією.

Більшість проаналізованих стратегій передбачають жорстку конкуренцію та досягнення домінування компанії на ринку. Напрямки конкурентного співробітництва та економічного зростання передбачають дещо інший підхід, а саме досягнення поставлених цілей шляхом конкуренції та співробітництва. Відмінним, між зазначеними стратегіями є запланований результат. Стратегія конкурентного співробітництва націлена на розширення ринку [1], а напрямок економічного зростання передбачає технічний та технологічний розвиток галузі й підприємства [2].

Також, на основі аналізу досліджених нами стратегій, зрозуміло, що для всіх стратегій характерна або концентрація на отриманні конкурентної переваги на ринку, або концентрація на внутрішніх ресурсах підприємства. Однак, в обох випадках для досягнення головної мети стратегії підприємству необхідно лідирувати за витратами або створювати унікальну відмінність на ринку чи унікальну компетенцію у внутрішньому середовищі підприємства.

Детально дослідивши виділені стратегії, ми дійшли висновку, що при широкому виборі сучасних конкурентних стратегій, кожна з них направлена або на зниження витрат, або на створенні унікальної відмінності для споживача, тобто фокусуванні. Треба зазначити, що серед трьох базових конкурентних стратегій М. Портера (лідирування за витратами, диференціація фокусування), диференціація є різновидом фокусування, що зосереджене на унікальності в галузі.

На підставі вищевикладеного, ми вважаємо, що всі сучасні конкурентні стратегії зводяться до двох напрямків діяльності запропонованих М. Портером: лідирування за витратами та фокусування. Враховуючи особливості економіки України та характерні для неї кризові явища, ми вважаємо, що найбільш актуальною серед зазначених стратегій для Українських підприємств є стратегія лідирування за витратами.

Підсумовуючи результати проведеного нами критичного аналізу до сучасних конкурентних стратегій ми відносимо стратегії: лідирування за витратами, диференціація, фокусування, конкурентне співробітництво, лідерство за продуктом, операційна досконалість, наближеність до споживача, економічне зростання та ресурсна теорія. За результатами критичного аналізу, ми визначили, що всі розглянені конкурентні стратегії розвивають концепцію М. Портера. Враховуюче сучасне економічне становище українських підприємств, ми вважаємо, найактуальнішою стратегією для українських підприємств – стратегію лідирування за витратами.

Перелік джерел посилання

1. Бранденбургер А., Нейлбафф Б. Co-opetition. Конкурентное сотрудничество в бизнесе «Кейс», 2012.
2. Нельсон, Р. Д., Уинтер С. Дж. Эволюционная теория экономических изменений [пер. с англ.]. М.: Дело, 2002. 536 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 234 с.
4. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами. Пер. з англ. М. Ставицького. К.: Видавництво Олексія Капусти, 2005. 258 с.
5. Трейси М. Маркетинг ведущих компаний: Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке. М.: Вильямс, 2007.

Курденко О. В.,
*старший викладач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Холодков О. А.,
*директор,
ТОВ «фірма «СВ»*

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ

Розвиток української економіки відбувається в умовах глобалізації, що спричинило появу нових викликів (розвиток технологій шостого технологічного процесу, загострення екологічних та соціальних проблем, зміни у міжнародному русі капіталу). Це потребує пошуку сучасних ефективних способів вирішення нових проблем на основі стратегій розвитку країни. На сучасному етапі розвитку процеси глобалізації присутні у економічному, соціальному житті будь-якої країни світу. Глобалізація зачіпає практично всі сфери економічного, політичного, суспільного життя [1].

Питаннями визначення ролі і місця України в глобалізаційному світі останнім часом присвячується зростаюча кількість наукових публікацій. Проте у вітчизняній літературі слабо представлений аналіз інструментарію для кількісної оцінки інтенсивності процесів інтеграції.

Глобальна інтеграція несе значні блага: переваги міжнародного поділу праці, ефекти масштабу та швидке розповсюдження нововведень у різних країнах. Їй притаманні також «плюси» зовнішньоекономічного характеру, такі як свобода вибору, що обумовлена міжнародним рухом товарів, капіталу та робочої сили, свобода мислення, що тісно пов'язана з міжнародним рухом ідей [2]. Але зростаючий добробут та інтеграція окремих країн можуть навіть

збільшити політичну нестабільність, оскільки ведуть до значної економічної залежності інших країн, що породжує відчуття небезпеки. Критики глобалізації часто пов'язують глобалізацію з розповсюдженням бідності. Також вони впевнені, що глобалізація руйнує самобутність культури та погіршує стан навколишнього середовища [3].

Глобалізація прискорює поширення економічних та фінансових криз, яким багато країн світу просто не можуть протидіяти. Певні регіони світу взагалі неспроможні конкурувати в глобальній економіці. До негативних наслідків можна віднести посилення етнічних конфліктів. Націоналістичні течії виступають проти глобалізації. Сутність націоналізму полягає в ідентифікації індивіда з нацією або з певною державою. Глобалізація призводить до особистої ідентифікації з глобальним суспільством і не потребує особистої ідентифікації з певною державою [4].

Для оцінки рівня глобалізації використовуються існуючі рейтинги, кожен з яких базується на власній системі показників. Найбільшого поширення та широкого застосування набули такі індекси як індекс Швейцарського Економічного Інституту (KOF) [6], Маасрихтський індекс глобалізації (MGI) [5], новий індекс глобалізації (NGI).

Маасрихтський індекс глобалізації (MGI) [5] базується на розрахунку за 11-ма показниками, що характеризують рівень політичної, економічної, соціальної/культурної, технологічної, екологічної глобалізації. Відповідно до останнього рейтингу, що був складений у 2018 р., позиція України – на 38 місці (у минулому рейтингу – 35-та позиція). Лідирують Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, Велика Британія, Австрія. Якщо брати до уваги позиції країн Східної Європи, то Республіка Польща розташувалася на 28 місці, Угорщина – на 22 місці, Словаччина – на 26 місці, Румунія опинилася на 49 позиції [5].

На даний момент найбільш розповсюдженим та більш цитованим є індекс KOF, що охоплює період 1970 р. по 2018 р., з розрахунком 42 параметрів для 209 країн світу (версія 2019 р). Система кількісного вимірювання ступеня

розвитку глобалізаційних процесів КОФ, яка охоплює економічні, соціальні та політичні аспекти глобалізації, була розроблена у 2002 р. швейцарським Інститутом дослідження бізнесу і на сьогодні стала однією з найавторитетніших у світі [6]. Індекс глобалізації КОФ визначає економічні, соціальні та політичні аспекти глобалізації. Економічна глобалізація відображає потоки товарів, послуг, капіталу та інформації, що супроводжує такий обмін. В економічній глобалізації виділяють окремо торгівельну та фінансову складову. Соціальна глобалізація (інформаційна, культурна та міжособистісна складові) містить поширення думок, інформації, ідей, вражень. Політична глобалізація характеризується поширенням політики уряду на інші країни, створенням наднаціональних органів влади. Розрахунок індексу глобалізації (КОФ) Швейцарський Економічний Інститут проводить останні сорок років. Він є найбільш поширеним та цитованим серед усіх індексів глобалізації. Розрахунок проводиться для 200 країн за період з 1970 р. по 2018 р.

Крім поділу на економічну, соціальну та політичну суб-індекси, також існує поділ на показники-дії (де-факто) та показники-політики (де-юре). Таким чином, дії характеризують інтенсивність фактичних потоків, що символізують глобалізацію (експорт/імпорт, міжнародні інвестиції, міграція та туризм, обмін інформацією) то показники-політики оцінюють працездатність інструментів та механізмів глобалізації: законодавство, оподаткування доходу від експорту/імпорту, торгівельні обмеження, тощо.

Позиція України та деяких аналізованих країн у поточному рейтингу (на основі даних 2018 р. [6]) з розбиттям на загальний індекс, індекс де-факто та індекс де-юре а також суб-індекси економічної, соціальної та політичної глобалізації представлена у таблиці 1.

Загальний індекс глобалізації України відстає від показника східноєвропейських аналізованих країн, в основному за рахунок відставання в економічній та соціальній глобалізації

Таблиця 1 – Позиції аналізованих країн у загальному рейтингу рівня глобалізації за 2019 р. (побудовано авторами на основі даних [6])

Країна	Загальний індекс глобалізації		Індекс глобалізації де-юре		Індекс глобалізації де-факто	
	Позиція у рейтингу	бал	Позиція у рейтингу	бал	Позиція у рейтингу	бал
Україна	45	74,83	57	73,15	34	76,51
Польща	29	81,33	22	86,25	36	76,4
Словакія	19	83,72	14	88,60	26	78,84
Румунія	33	79,74	21	87,05	45	72,66
Угорщина	14	84,98	23	86,1	14	83,86

Економічна глобалізація вивела країну на 72 позицію у світовому рейтингу (у 2015 р. – 89 місце). За показником де-факто економічної глобалізації Україна займає 23-тє місце (у 2015 – 26), випереджаючи Германію, Польщу, Чехію, Словаччину та Литву. Ця висока позиція свідчить про те, що в Україні досить високі значення показників зовнішньої торгівлі, прямих іноземних інвестицій, у процентному відношенні до ВВП країни. Проте за показником де-юре країна опинилася лише на 110 місці (у 2015 р. – 120-а позиція), що і визначило низький рейтинг. Це свідчить про те, що досі в країні не створений законодавчий правовий механізм сприяння інвестуванню в країну та активізації зовнішньої торгівлі. Таким чином, відсутність механізмів сприяння економічній глобалізації на законодавчому, інституціональному рівнях створює перешкоди для реальних економічних процесів глобалізації, що мають відображення у обсягах міжнародної торгівлі, інвестуванні, тощо.

Індекс глобалізації України переважає середньо світовий рівень. Але якщо порівнювати з країнами Європи та Центральної Азії, то тут індекс України дещо поступається середньоєвропейському, проте тенденція розвитку дає надію сподіватися, що в перспективі рівень глобалізації країни дожене його. Якщо ж порівнювати індекс глобалізації України та Польщі (що розташувалася на 29-ій позиції у рейтингу), то динаміка зміни індексу глобалізації двох країн схожа – графіки йдуть майже паралельно, проте показники Польщі дещо кращі, що і має вираження у більшому загальному балі [6].

Таким чином, Україна може сподіватися зайняти належне місце у світових інтеграційних процесах, отримавши при цьому суттєві переваги, а саме: використання новітніх досягнень науково-технічного прогресу, участь у світовому розподілі праці на основі аналізу власних можливостей та створення сприятливого правового та інфраструктурного середовища; збільшення туристичного потоку; збільшення обсягів прямого та портфельного іноземного інвестування.

Перелік джерел посилання

1. Бочан І. О, Міхасюк І. Р. Глобальна економіка: підручник. Київ: Знання, 2007. 403 с.
2. Кирилов Ю.Є. Вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. С. 24-42.
3. Україна у глобалізаційних процесах: перспективи та виклики. Національна академія наук України (<http://goo.gl/Gt3RlB>). 2015. 25.05)
4. Sheiko I., Petrova R. Impact of Globalization on Ukraine Baltic Rim Economies. 2019. № 4. С. 45-46
5. Globalisation Continues: The Maastricht Globalisation Index Revisited and Updated / L. Figge P. Martens. 2014. № 11. Globalizations. URL: [http://pimmartens.info/wp-content/uploads/2013/05/Figge\)and\)Martens_2014_Globalisation\)continues.pdf](http://pimmartens.info/wp-content/uploads/2013/05/Figge)and)Martens_2014_Globalisation)continues.pdf).
6. KOF Index of Globalization. URL: <http://globalization.kof.ethz.ch>.
7. The potential and the dangers of globalization. IMF Issues Brief on 12.04.2000. URL: <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/rus/041200r.htm>.

Курденко О. В.,

*старший викладач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Салай М. В.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ПАНДЕМІЯ COVID-19 ЯК ГАЛЬМО ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

На сучасному етапі розвитку процеси глобалізації присутні у економічному, соціальному житті будь-якої країни світу. Глобалізація зачіпає практично всі сфери суспільного життя. Глобальна інтеграція несе значні блага: переваги міжнародного поділу праці, ефекти масштабу та швидке розповсюдження нововведень у різних країнах. Їй притаманні також «плюси» зовнішньоекономічного характеру, такі як свобода вибору, що обумовлена міжнародним рухом товарів, капіталу та робочої сили, свобода мислення, що тісно пов'язана з міжнародним рухом ідей.

Проте у відповідь на пандемію COVID-19 наразі відбулись суттєві зміни у життєдіяльності багатьох держав світу, а саме:

– запровадження майже у всіх країнах санітарно-епідеміологічних заходів (карантинні зони, скасування масових заходів, закриття навчальних та культурно-розважальних закладів);

– встановлення обмежень виїзду/в'їзду до країн та пересування всередині країн;

– посилення ролі державного управління в надзвичайних умовах; різке скорочення економічної активності внаслідок карантинних заходів та встановлення обмеження трудової діяльності;

– обмеження експортно-імпортних операцій;

– введення нових дистанційних форм праці та освіти.

Такі безпрецедентні кроки спричиняють уповільнення економічного розвитку з прогнозованим падінням ВВП, скорочення споживчої активності населення та скорочення виробництва. Відповідно, це негативно впливає на розвиток світового попиту в цілому.

Пандемія Covid-19 спричинила суттєві збої в торгівельних та виробничих мережах. Заходи блокування постачань призвели до короткотермінових проблем виробництва та попиту в багатьох країнах. Компанії шукають способи зробити свої виробничі ланцюги менш сприйнятливими до криз для підвищення стійкості, тобто здатності добре пережити гостру кризу і швидко відновитись. Є всі підстави вважати, що пандемія в підсумку виступить каталізатором реорганізації глобальних виробничих мереж та ланцюгів постачань.

Світові компанії звикли до міжнародних ланцюгів доданої вартості, які перетинають кордон. З економічної точки зору такий чіткий розподіл виробничих етапів є розумним, щоб зробити виробництво особливо ефективним. Диверсифікація постачань, резервні запаси виробничих ресурсів вважалися непотрібним фактором витрат, і виробництво було оптимізовано для найбільшої ефективності.

Зараз криза Covid-19 робить вразливими слабкі місця цієї системи. Одним із ймовірних наслідків цього є те, що компанії зосередяться менше на максимізації ефективності, а більше на забезпеченні стійкості шляхом впровадження якогось «буфера». Це може мати форму надлишкової потужності виробництва, накопичення запасів, диверсифікації, скорочення ланцюгів постачань та модернізації.

На основі узагальнення теоретичних підходів до перспектив глобалізаційних процесів на фоні пандемії, що викладені у працях [1-3], нами окреслені основні наслідки сповільнення інтеграційної активності країнами та окремими підприємствами:

- зміна існуючої тенденції до міжнародного поділу праці, протекціонізм;
- зростання актуальності вертикальної галузевої політики;
- актуальність інновацій як ключового фактору змін.

Так, міжнародний поділ праці все частіше зазнає тиску. Раніше ефективність та мінімізація витрат були важливими причинами його поширення, однак тепер, оскільки надійність поставок, ймовірно, все ще буде актуальною проблемою в майбутньому, очікуються тенденції до подальшої диверсифікації ланцюгів створення вартості та збільшення нарощування запасів. Таким чином, підприємства обирають більш безпечний режим постачань, навіть якщо він буде дорожчим за ціною. Промислові підприємства будуть намагатися акумулювати запаси, на відміну від поширеної схеми «постачання строго у визначений час JIT» (Just In Time).

Однак втрата ефективності – це ціна, яку потрібно заплатити за зменшення залежності від поставок. Часткова ренаціоналізація виробничих процесів може також спричинити тенденції до протекціонізму на рівні національних урядів.

Інша проблема полягає в тому, що компанії імпортують певні товари через те, що відповідні місцеві продукти неконкурентоспроможні, або тому, що конкретні ресурси не доступні на місцях. Це означає, що покупці і надалі обиратимуть доступні, економічно ефективніші імпортовані товари та послуги навіть по закінченню карантинних періодів. Тому перелокалізація виробництва певних товарів, яка була б необхідна для мінімізації ризиків, навряд чи стане можливою без певної форми державної підтримки.

Щодо зростання актуальності вертикальної галузевої політики, на даний момент провідні країни світу підтримують ключові галузі з перспективним майбутнім, такі як робототехніка або біомедицина, за рахунок цільової підтримки для (вертикальна галузева політика). Якщо інші країни не бажають відставати в цих сферах або потрапляти в залежність від імпорту, їм також доведеться посилювати темпи вертикальної галузевої політики та підтримати

розвиток передових галузей. При цьому акцентується увага не на копіюванні підходу провідних країн, а скоріше про розробку спеціального підходу до промислової політики, що відповідає цінностям та цілям сучасної ринкової економіки.

Промислова політика стане особливо актуальною у сфері інновацій. Посилення конфлікту між Китаєм та США посилює інноваційну конкуренцію між цими двома державами. Спеціалізовані технологічні сфери впливу зростають там, де застосовуються китайські чи американські стандарти і де домінують технологічні розробки однієї з цих країн.

Криза Covid-19 показує, наскільки швидко держави можуть бути відрізані від іноземних інновацій і наскільки цінним є внутрішній інноваційний потенціал у кризові часи. Що стосується посилення цифровізації, то внутрішні можливості таких технологій, як штучний інтелект, 5G або блокчейн, набуватимуть все більшого значення [2].

Таким чином, пандемія COVID-19 внесла суттєві корективи у економічні, соціальні процеси в усьому світі. Так, експерти вважають, що пандемія здатна викликати такі антиглобальні процеси: орієнтація компаній на внутрішній ринок, пошук вітчизняних постачальників, локалізація бізнесу, зменшення руху населення (робота, освіта, туризм), що викликає значний тиск на міжнародний поділ праці. В умовах пандемії набувають все більшого значення інноваційна політика. Ці та інші події призвели до істотних структурних змін в економіці та суспільстві – і вимагають від громадян адаптації. А тому зростає попит на супровід такої адаптації через соціальну та освітню політику.

Мабуть, найбільше розуміння кризи Covid-19 полягає в тому, що зміни відбуваються швидше, ніж очікувалося. Кожна країна чи особа, яка швидше адаптується до цих змін, має конкурентну перевагу. Тому політика, що покращує адаптованість та прийняття змін, є навіть більш важливою, ніж раніше. Країни, які застрягли в залежності від шляху і занадто повільно пристосовуються, не стануть кращими у світі після пандемії [2].

Найбільшими перевагами глобалізації користуються країни, що мають більш конкурентну економічну структуру, внаслідок чого більша частина загальносвітового доходу в процесі перерозподілу залишається у них. При цьому дане явище має тенденцію до нарощування темпів, що збільшує економічну диференціацію національних економік в умовах глобалізації [1].

Таким чином, Україна може сподіватися зайняти належне місце у світових інтеграційних процесах, отримавши при цьому суттєві переваги, а саме: використання новітніх досягнень науково-технічного прогресу, участь у світовому розподілі праці на основі аналізу власних можливостей та створення сприятливого правового та інфраструктурного середовища; збільшення туристичного потоку; збільшення обсягів прямого та портфельного іноземного інвестування. Проте для отримання таких результатів перш за все необхідне формування національної господарської багаторівневої моделі, в якій кожна складова посилюватиме свій вплив на загальний позитивний ефект від активізації інтеграційних процесів.

Перелік джерел посилання

1. Шейко І. А., Петрова Р. В. Оцінка поточного стану та перспектив розвитку глобалізаційних процесів в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2018. Вип. 21, частина 2. С. 133-139.

2. World Bank (2020) Europe and Central Asia Economic Update: Fighting COVID-19. April. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-1564-5.

3. UNCTAD (2020) «The Covid-19 Shock to Developing Countries: Towards a ‘whatever it takes’ programme for the two-thirds of the world’s population being left behind», Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.

Ліпницька М. В.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Удовиченко О. В.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Актуальність забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах нестабільності пояснюється складністю та мінливістю протікання економічних процесів. Глобалізація світу унеможливорює відокремлення підприємства від впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. На розвиток підприємства мають вплив фактори як зовнішнього так і внутрішнього середовища, а саме недосконалість нормативно-правового забезпечення їх діяльності, рівень корупції в країні, залежність від зовнішніх ринків, високий рівень ризиків в умовах нестабільності. Всі ці фактори знижують рівень конкурентоспроможності підприємства, та рівень його економічної безпеки.

Для формування відповідної системи економічної безпеки підприємствам необхідно удосконалювати всі складові системи її забезпечення: кадрову, економічну, виробничу, фінансову, інвестиційну, техніко-технологічну та інші [1].

Основна мета формування системи економічної безпеки підприємства полягає у створенні ефективної діяльності підприємства, забезпечення розвитку підприємства на засадах вчасного виявлення, мінімізації та запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам, ризикам.

Досягнення зазначеної мети можливе за рахунок досягнення функціональних цілей системи економічної безпеки підприємства.

До основних функцій системи управління економічною безпекою підприємства віднесено [2]:

- підготовча (яка сприяє підготовці даних для оброблення, сортування, оцінювання, прогнозування);

- аналітична (забезпечує аналіз, порівняння даних, з'ясування динаміки, тенденцій та закономірностей, опис поведінки контрагентів та синтез елементів аналізу, розроблення пропозицій);

- конкурентна розвідка (на основі легального пошуку повної достовірної інформації у відкритому доступі для здобуття конкурентних переваг, недопущення непередбачуваних кризових подій шляхом своєчасного здобуття даних про зовнішнє середовище підприємства);

- контррозвідка та внутрішній моніторинг (сприяють протидії промислому шпигунству, захист комерційної таємниці, усунення слабких ланок в управлінні підприємством з метою недопущення збитку чи втрати ринку);

- моніторинг (процес оцінки зовнішнього і внутрішнього середовища, реальних і потенційних загроз, викликів, небезпек, ризиків).

При формуванні системи економічної безпеки підприємства важливо дотримуватись певних принципів, які сприяють її ефективному функціонуванню. Так, основні принципи функціонування системи економічної безпеки підприємства наведено у (табл.1).

Так, в умовах нестабільності середовища діяльності підприємств актуальними є питання швидкого реагування на певні негативні явища. Для формування відповідної системи забезпечення економічної безпеки підприємства необхідним є визначення цієї категорії.

Таблиця 1 – Загальні принципи функціонування системи економічної безпеки підприємства

Назва принципу	Сутність принципу
Принцип законності	Здійснення діяльності системи винятково у правовому полі на основі норм українського права із застосуванням тільки дозволених законодавством України методів і засобів забезпечення безпеки
Принцип комплексності	Здійснення діяльності системи із протидії загрозам і ризикам на основі розробленої на підприємстві стратегії безпеки, тактичних і оперативних планів із залученням усіх наявних в організації фінансових, матеріально-технічних, інтелектуальних, інформаційних та інших ресурсів
Принцип своєчасності	Негайна реакція системи безпеки на підприємстві на виникаючі небезпеки, загрози і ризики. Пріоритет віддається запобіжним діям з метою недопущення реалізації потенційно можливих загроз
Принцип безперервності	Діяльність системи безпеки підприємства повинна носити безперервний характер, що обумовлено перманентним характером небезпек, загроз і ризиків
Принцип удосконалювання	Постійне вдосконалення технологічного забезпечення безпеки, впровадження інновацій, використання вітчизняного та зарубіжного досвіду у сфері безпеки
Принцип централізації (підконтрольності) управління	Централізоване управління системою безпеки. Перший керівник підприємства (власник) повинен безпосередньо управляти розробкою політики і стратегії безпеки, ухвалювати рішення щодо фінансування і всебічного забезпечення діяльності системи безпеки і бути оперативно поінформованим про її діяльність
Принцип взаємодії і координації	Передбачає тісну взаємодію і координацію діяльності штатного підрозділу безпеки з іншими структурними підрозділами підприємства і зовнішніми організаціями (органами державного управління, МВС, СБУ тощо)
Принцип спеціалізації і професіоналізму	Передбачає високий професійний рівень, освіту і спеціальну підготовку в різних сферах забезпечення безпеки фахівців із системи безпеки підприємства
Принцип конспірації і гласності	Система безпеки має працювати гласно. Керівники організації й усіх її структурних підрозділів, а також персонал повинні постійно інформуватися фахівцями служби безпеки про загрози і ризики й одержувати рекомендації із протидії їм. В окремих випадках діяльність із забезпечення безпеки може носити конспіративний характер
Принцип обов'язкової диференціації заходів	Вибір заходів для подолання виниклих загроз відбувається залежно від характеру загрози і ступеня тяжкості наслідків її реалізації
Принцип активності	Постійне й активне маневрування наявними силами засобами з метою концентрування їх для вирішення найважливіших завдань щодо забезпечення безпеки підприємства і створення сприятливих умов для його розвитку
Принцип економічної доцільності	Усі витрати на створення системи безпеки повинні окупатися прибутком, отриманим підприємством унаслідок здійснення заходів щодо протидії загрозам і ризикам. Витрати на створення системи безпеки не повинні приводити до погіршення економічних показників діяльності організації

Джерело: узагальнено авторами на основі [2]

У даному випадку під системою економічної безпеки підприємства розуміється безперервний, системний процес, перебіг якого передбачає, діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, планування, організацію та реалізацію заходів, щодо підтримки стабільного функціонування підприємства у відповідності до його стратегічних, тактичних та поточних цілей, що досягається шляхом найбільш раціонального розподілу та використання ресурсів.

Особливістю формування такої політики забезпечення економічної безпеки на рівні підприємства є впровадження безпекової функції в систему управління на усіх її рівнях. Необхідно чітко виокремити центри відповідальності у даній сфері, сформувати відповідні напрями моніторингу та оцінки загроз безпеці за комплексом критеріїв, які б дозволяли в остаточному підсумку оцінювати рівень економічної безпеки та вносити відповідні корективи не лише у тактику, але і стратегію розвитку підприємства. Управління системою економічної безпеки підприємства повинне бути ключовою складовою стратегічного управління.

В умовах мінливості зовнішнього середовища до пріоритетних завдань політики забезпечення економічної безпеки підприємства слід віднести такі: забезпечення дієвості механізмів визначення та оперативного коригування пріоритетів у діяльності підприємства, які б дозволяли підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Для створення ефективної системи управління економічною безпекою підприємства необхідним є розвиток ресурсного потенціалу підприємства. Для ефективного ресурсного використання потенціалу підприємства необхідним є запровадження в загальну систему управління підприємством відповідних управлінських рішень, які сприяють забезпеченню економічної безпеки [3].

Так, відповідна концепція щодо забезпечення економічної безпеки системи управління підприємством сприяє своєчасному виявленню відповідних

ризиків та загроз, виокремленню певних методів, які сприяють їх локалізації, створенню відповідних прогнозів розвитку ситуації з урахуванням невизначеності та мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища.

Застосування запропонованих заходів потребує створення відповідної системи моніторингу економічної безпеки, яка дозволяє забезпечити адекватне інформаційне оснащення діяльності механізму з урахуванням не лише зовнішнього, але і внутрішнього середовища.

Перелік джерел посилання

1. Прус Н. В. Система економічної безпеки підприємства: поняття, сутність, принципи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <http://global-national.in.ua/vipusk-1-2014/180-prus-n-v-sistema-ekonomichnoji-bezpeki-pidpriemstva-ponyattya-sutnist-printsipi>.

2. Дуб Б. С. Система економічної безпеки підприємства: поняття та структура. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-ekonomichnoyi-bezpeki-pidpriemstva-ponyattya-ta-struktura>.

3. Корнієнко Т. О. Методика оцінки рівня економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 21. С. 336-342.

Лісений Є. В.,

к. е. н., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва,

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Бондаренко А. В.,

студент,

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

ВІРТУАЛЬНА ТОРГІВЛЯ ЯК ОЗНАКА ПРОГРЕСИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Нині інформаційні технології проникли в усі сфери людського життя. Активне використання інтернет-ресурсів дало поштовх прогресивним підприємцям до розгортання віртуальної торгівлі. Це явище порівняно нове, тому потребує детального дослідження.

Сталого визначення цього явища ще не сформовано, однак деякі вчені спробували розкрити істину цього поняття. Наприклад, Д. Козьє надав таке визначення «... електронна торгівля – це торгівля через мережу Інтернет за допомогою комп'ютерів покупця і продавця. Предметом електронної торгівлі може бути будь-який продукт (товар, послуга, інтелектуальна власність, продукт у цифровому форматі). Електронна торгівля народила нову форму організації торговельних підприємств – віртуальні майданчики, віртуальні магазини, віртуальні вітрини і т. ін. Наприклад, фірма Amazon із Сіетла (США, штат Вашингтон), не маючи традиційних магазинів, продає книжкову продукцію через Інтернет-магазин» [1].

Інтенсивність використання сервісів електронної комерції напряму залежить від числа інтернет-користувачів і взагалі від кількості населення в державі. Однак, рівень економічного розвитку ніяк не впливає на задіяність в онлайн-шопінгу. Цей показник стабільно зростає. Станом на січень 2020 року

число інтернет-користувачів зросла до 4,54 мільярдів (+ 298 мільйонів нових користувачів з січня 2019 року) [2]. З них 70 відсотків робили он-лайн покупки.

Такі величезні цифри не є дивними, адже користуватися інтернетом вимагає епоха. До того ж електронна комерція несе в собі багато зручностей як для підприємця, так і для покупця.

Таблиця 1 – Зіставлення переваг для підприємців та їх клієнтів в електронній торгівлі (розроблено автором)

Для підприємця	Для покупця
Електронна вітрина вміщує більше товару, ніж стаціонарна	Можливість одночасно порівнювати пропозиції від різних магазинів
Безконтактний зв'язок	
Фіксування популярності товару, оцінки його якості	Ознайомлення з відгуками про товар
Надання повної інформації про товар на сайті, уникаючи усних роз'яснень	Ознайомлення з характеристиками товару одразу в описі
Можливість безконтактної миттєвої оплати сервісами Інтернет-банкінгу	
Розширення меж збуту завдяки закордонним клієнтам	Можливість замовити товар чи послугу з-за кордону

Ведення бізнесу в Інтернеті передбачає наявність веб-сайту. Це електронне обличчя компанії. Його вигляд, структура, функціональність впливають на інтенсивність продажів. Тому задля якісного результату розробкою і наповненням сайту мають займатися такі спеціалісти, як веб-дизайнер, копірайтер, фотограф. Адже перейшовши за посиланням ще потенційний клієнт протягом лише декількох секунд буде вирішувати чи не ознайомитись йому із пропозиціями даного магазину. Далі – основні фактори, які стимулюють користувача залишитись на сайті:

- швидкість завантаження сторінки не має перевищувати 20 секунд;
- доступність потрібної інформації в мінімальну кількість переходів;
- грамотний і доступний опис товару;
- якісні фотографії, що показують товар з усіх боків;
- вигідні ціни та умови доставки.

Ці фактори стосуються усіх форм ведення бізнесу. Так підприємців, які здійснюють просування та реалізацію своїх товарів та послуг в Інтернеті можна розділити на дві категорії. Одні використовують електронні ресурси задля розширення шляхів збуту, інші розгортають свою комерційну діяльність лише на інтернет-платформі. В обох випадках це вигідні рішення. Перший варіант підходить як для новостворених підприємств, так і для суб'єктів що давно перебувають на ринку і вже сформували клієнтську базу. Однак, молодим поколінням стає дедалі зручніше робити покупки через Інтернет, що потребує від постачальників переносити каталог свої товарів і можливість їх реалізовувати в Інтернеті. Наприклад, в Україні Керівництво мережі господарських гіпермаркетів «Епіцентр», уледівши розширення продажів, у 2016 році призвело в дію свій Інтернет-магазин.

У традиційної та віртуальної торгівлі існуються як переваги, так і недоліки. Але вони не взаємовиключають одна одну. Їх відмінності дають змогу клієнтам обирати форму здійснення покупок. У таблиці 2 розглянемо ці відмінності детально.

Таблиця 2 – Порівняльна характеристика віртуального та класичного магазинів [3]

Критерій	Традиційний (стаціонарний) магазин	Віртуальний (електронний) магазин
Місце розташування об'єкта	Торговий зал розташований в певному приміщенні	Представництво в мережі Інтернет шляхом створення Web-сервера
Правила вибору товару	Покупець, пересуваючись торговим залом, оглядає викладений товар	Покупець переглядає сторінки сервера (здійснює серфінг) з метою вибору товару
	Покупець отримує консультацію у продавця при особистому контакті	Покупець отримує консультацію у продавця через комп'ютерну мережу або телефоном
	Покупець вибирає товар, а продавець виписує рахунок на оплату товару	Покупець вибирає товар. Заповнює електронний кошик. Визначає правила доставки й оплати. Підтверджує свої наміри ідентифікацією
Правила оплати товару	Покупець оплачує рахунок через касу	Покупець оплачує товар раніше обраним способом (система електронних платежів або готівкою)
Правила доставки товару	Продавець вручає покупцеві його товар	Продавець пересилає товар раніше обраним способом

Віртуальна торгівля безумовно є прогресивним елементом сучасного ринку. Нею користуються усі галузі виробництва, а клієнти – будь-які платоспроможні особи. Не можна сказати, що з часом вона стане на зміну стаціонарним магазинам. Але електронна комерція здатна існувати як самостійна одиниця економічного процесу

Перелік джерел посилання

1. Козье Д. Электронная коммерция. Пер. с англ. М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция». 1999. 288 с.

2. Вся статистика интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy>.

3. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Електронна торгівля: шляхи підвищення культури обслуговування споживачів. 2015.

Лісений Є. В.,

*к. е. н., доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та підприємництва,*

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Ільченко А. А.,

студент,

Харківський національний університет імені В. Н.Каразіна

РЕКЛАМА В INSTAGRAM

Реклама – це хороший спосіб привернути покупців і зацікавити у своєму товарі нову аудиторію. У зв'язку з масштабним розвитком сучасних технологій методи просування продукту стали набирати нових обертів, що посприяло переходу продавців на Інтернет-платформу й соціальні мережі.

Instagram входить до п'ятірки найпопулярніших інтернет-спільнот світу. За статистикою на 2018 рік [1], число зареєстрованих користувачів цієї соціальної мережі становило 1,1 млрд чоловік, це 27 % [2] від усіх мобільних користувачів світу. Саме тому була досліджена реклама в такій торговельній мережі як Інстаграм (рис. 1).

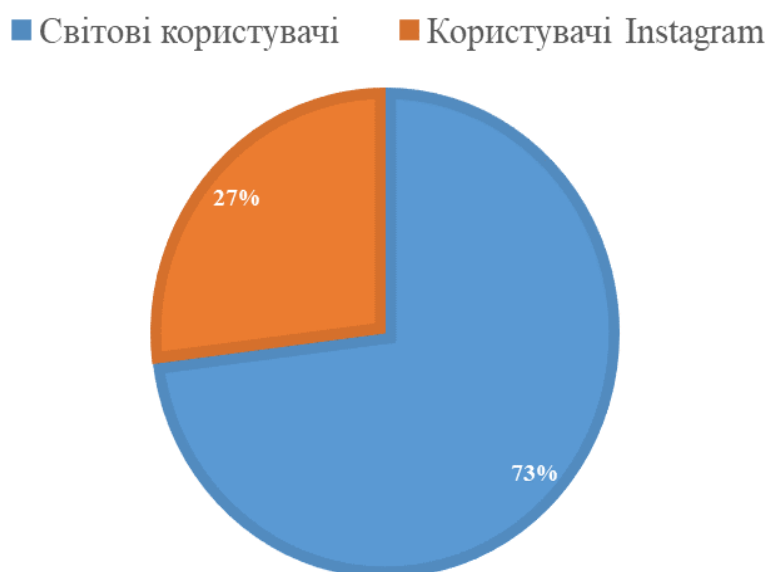


Рисунок 1 – Кількість користувачів Instagram у порівнянні з усіма мобільними користувачами світу (розроблено за [1, 2])

Instagram – це соціальна мережа, яка направлена на публікацію фото та відео [1]. Користувачі можуть спілкуватися між собою в Direct, ділитися своїми враженнями та подіями в Storis, опублікувавши пост на 24 години, або – лишити його на своїй сторінці назавжди. Люди можуть стежити за життям своїх друзів і кумирів з будь-якої точки світу, залишивши свій коментар в стрічці або швидко реакцію в Storis. Все це створює максимально цікаві й зручні умови користування.

Розробники Instagram дають можливість своїм користувачам створювати «Професійний аккаунт», для бажаючих рекламувати і просувати свою продукцію. Завдяки аккаунту такого типу власник може не тільки дивитися коментарі та охоплення своїх публікацій, а й контролювати скільки людей зберегли його інформацію або ж відправили своїм друзям. Професійний профіль дає можливість просувати пости, контролювати статистику своєї сторінки і створювати промоакції. Підписники такого аккаунту мають можливість зв'язатися з власником не тільки за допомогою особистих повідомлень в Direct, а й за допомогою телефонного дзвінка.

Також виділяють шість основних особливостей реклами в Instagram, завдяки яким користувачі і підприємці вибирають саме цю соціальну мережу для просування своїх товарів і послуг (рис. 2).

За допомогою слайдерів рекламодавці можуть створювати «карусель» з чотирьох зображень, які змінюються [3]. Наприклад, компанія «Banana Republic» використала слайдери для демонстрації своєї нової колекції одягу і на зображеннях можна було побачити чотири різних образи.

З виходом спеціальних цільових кнопок, власники брендів дають своїм підписникам можливість здійснити конкретну дію після перегляду реклами. Якщо ви натиснете кнопку, то потрапите на рекламну сторінку або в Інтернет-магазин. Користувач може повернутися в Instagram, натиснувши кнопку «назад» або «X» [3].

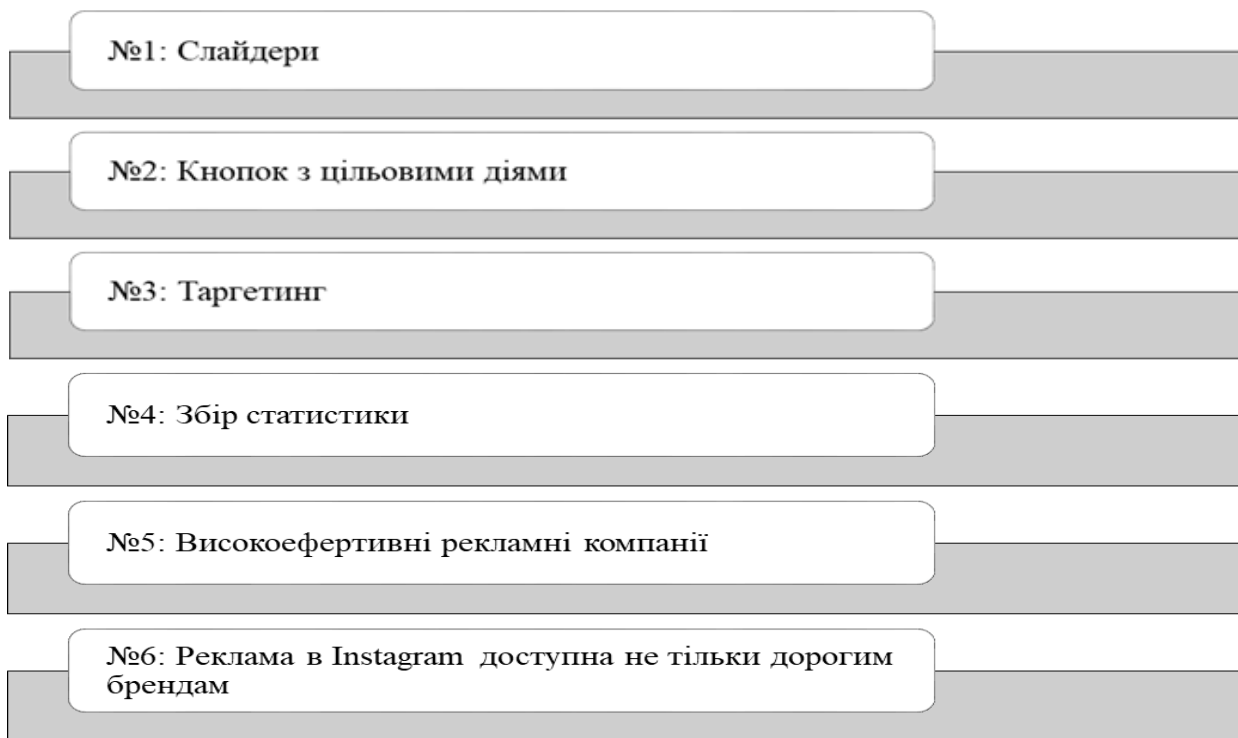


Рисунок 2 – Шість особливостей реклами в Instagram (розроблено за [3])

Таргетинг – це один з механізмів маркетингу, який дає можливість з всіх користувачів інтернету виділити потрібну цільову аудиторію за спеціальними критеріями (наприклад: вік, місце проживання) та прорекламувати їй свій товар [4]. Ця функція допомагає підприємцям просувати свою продукцію конкретній цільовій аудиторії, це сприяє більшій кількості продажів [3].

Збір статистичних даних включає в себе можливість отримання інформації про те, хто бажає завантажити розроблену програму або зробити покупку після перегляду реклами.

Рекламні компанії в Instagram є досить високоефективними, оскільки будь-яка інформація, яка стосується негативних відгуків, рівня зацікавленості користувачів або їх коментарів, зберігається в системі, а всі рекламні новинки розробники тестують й поліпшують, щоб надавати своїм користувачам тільки релевантний і цікавий контент [3].

Реклама в Instagram доступна не тільки дорогим брендам, бо всі користувачі цієї соціальної мережі можуть рекламувати і просувати свій продукт на власній сторінці або в Storis. Так само ви можете залишити свій унікальний хештег під постом, за допомогою якого ваше оголошення зможуть знайти користувачі з усього світу.

Отже, реклама в Instagram є дуже продуктивною та зручною. Підприємці зацікавлені у просуванні свого товару саме за допомогою цієї соціальної мережі, бо вона є однією з найпопулярніших у світі. Також, щоб створювати свою рекламу, не обов'язково володіти дорогими брендами або вкладати великі гроші, адже реклама в Instagram доступна всім користувачам.

Перелік джерел посилання

1. Instagram. Масштабы. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
2. Статистика Интернета и всех социальных сетей в мире. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/#:~:text=Сегодня%20в%20мире%205%2C11зарегистрировано%203%2C48%20миллиарда%20пользователей>.
3. 7 фактов о рекламе в Instagram, полезных любому маркетологу. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/10/08/7-faktov-o-reklame-v-instagram-poleznyh-lyubomu-marketologu/>.
4. Что такое таргетинг? URL: <https://gravitec.net/ru/blog/chto-takoe-targeting-kak-rabotaet/>.

Мільчева В. В.,

аспірант,

Одеська національна академія харчових технологій

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АПК

Організація інноваційної діяльності – складний динамічний процес, який складається з багатьох видів діяльності – інформаційної, наукової, проектно-конструкторської, виробничої, фінансової, економічної, управлінської, нормативно-правової, комерційної, маркетингової, логістичної, соціальної та інших багатьох допоміжних робіт і служб. Ця діяльність пов'язана з постійним отриманням, обробкою, зберіганням, осмисленням, переробкою, передачею та використанням великих потоків різнотипної інформації, підбором відомостей для самих прогресивних нововведень, їх використанням для створення нової наукової інформації [1].

Складність організації інноваційної діяльності полягає в періодичному і часом дуже швидкому моральному старінню нововведень, появі більш передових нововведень. Цим пояснюється перманентність цих процесів в розвинених соціально-економічних суспільствах.

Найбільш відповідальною та трудомісткою є пошукова наукова і проектно-конструкторська діяльність, результати яких визначаються особистісними інтелектуальними здібностями і професіональним досвідом учасників досліджень, розробок, проектування та управління.

У зв'язку з динамічним розвитком розподілу праці, його інтеграцією і кооперацією в інноваційній діяльності, збільшенням чисельності та удосконаленням вимог до інновацій в суспільстві, зростаючим підвищенням вимог до ефективності нової продукції і технологій загострюється необхідність у постійному удосконаленні організації інноваційних процесів та управління ними з урахуванням конкретних умов діяльності, що склалися.

Управління інноваційним процесом має розглядатися як безперервний і гнучкий процес відтворення функцій планування та прогнозування, організації, мотивації і контролю цієї діяльності. При цьому розподіл фі спеціалізація праці є основою формування раціональної форми організації і організаційних структур управління.

Створення та освоєння інновацій пов'язано з рівнем розвитку науки, науково-технічним потенціалом країни (галузі, регіону, організації), зі здатністю та готовністю господарюючого суб'єкта до сприйняття нововведень (економічні і фінансові можливості та рівень розвитку, оперативність, орієнтація керівництва і колективу на науково-технічний прогрес та сприйняття нововведень, соціальні умови тощо). При позитивній орієнтації і достатності фінансових, технічних засобів та трудових ресурсів суспільство формує інноваційну систему з включенням всіх її компонентів, в тому числі інфраструктури та забезпечує їх взаємодію [2].

Успішність тиражування (масового освоєння) інновацій з підвищенням попиту на ринках нововведень пояснюється ростом їх ефективності та бажанням товаровиробників до освоєння у власному виробництві. Виходячи з цього, економічна оцінка і маркетингові дослідження повинні супроводжувати всі етапи інноваційного процесу. На відповідальних етапах інноваційного процесу (освоєння промислового виробництва; тиражування розробки) проводиться всебічна експертиза інновації.

Найбільш вагомим фактором, який визначає успішність освоєння інновації, є економічна забезпеченість масового споживача конкретної розробки – підприємств різної величини обсягів виробництва та переробки сільгосппродукції (великі, середні, малі), фермерських господарств, особистих господарств сільського населення – їх відтворювальних можливостей, прагнення і здатність до оновлення засобів і способів виробництва, поліпшення якості продукції, росту її конкурентоспроможності.

Таким чином, підвищення попиту агропромислового виробництва на ефективні інноваційні розробки, створення умов і стимулів для всіх учасників інноваційної діяльності та споживачів нововведень можуть, в першу чергу, активізувати та прискорити їх розробку, виробництво та освоєння.

Організація інноваційної діяльності передбачає формування повної комплексної структури інноваційної системи на будь-якому рівні її формування з докладним описом переліку процесів, здійснюваних усіма її структурними одиницями у взаємодії з іншими частинами системи та інфраструктурою.

Враховуючи специфіку інноваційної діяльності, спробуємо встановити перелік структурних формувань, що забезпечують нормальні умови для злагодженого та чіткого протікання інноваційних процесів і всієї інноваційної діяльності у сфері АПК.

Інноваційна система будь-якої господарської сфери, в тому числі і АПК, включає наступні структурні компоненти [3]:

- сфера НДР (наукова сфера), яка здійснює відтворення знань шляхом проведення фундаментальних та пошукових досліджень в інститутах та університетах країни;

- сфера прикладної науки (НДДКР), яка включає дослідно-конструкторські, експериментальні дослідження, технічні розробки в державних наукових установах, проектні інститути, дослідні станції та інші організації;

- сфера виробництва інноваційної продукції (промислові а агропромислові підприємства і організації);

- інфраструктура інноваційної системи;

- ринки інноваційної продукції і технологій;

- інноваційний менеджмент;

- споживачі інноваційного продукту.

Для успішної діяльності будь-якої галузевої інноваційної системи базисна її структура повинна мати зв'язок з розгалуженою мережею допоміжних

служб – інфраструктурою інноваційного процесу. Під інфраструктурою інноваційної системи слід розуміти комплекс забезпечуючих виробництв, організаційно відокремлених від базисної інноваційної структури, але цілеспрямованих на підтримку її чіткого функціонування.

Агропромисловий комплекс країни і його базисна галузь – сільське господарство – в силу соціально-економічних особливостей, специфіки в організації та управлінні виробництвом переживають значне відставання у розвитку інноваційної діяльності як у створенні інновацій, так і їх освоєнні [4]. Нерозвиненість базових структурних та інфраструктурних інноваційних систем в цій сфері змусила звернутися до вивчення досвіду створення таких утворень в промисловості.

Перелік джерел посилання

1. Донець О. В. Інновації: теоретичне визначення та економічна сутність. Сімферополь: ПФ НУБіП України «КАТУ», 2010. С. 70-78. (Економічні науки) / (Наукові праці ПФ НУБіП України «КАТУ»; випуск 132).
2. Знаменський І. О. Сучасні підходи до визначення сутності інновацій
URL: http://www.confcontact.com/2008oktInet_tezi/znamensky.php.
3. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: [монографія] / Саблук П. Т., Шпикуляк О. Г., Курило Л. І. та ін. Київ: ННЦ ІАЕ, 2010. 706 с.
4. Саранчук Г. М. Інноваційний розвиток сільського господарства як основа підвищення його конкурентоспроможності. *Інноваційна економіка*. 2010. № 1. С. 26-32.

Можайкіна Н. В.,

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії

та міжнародної економіки,

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Мамічева А. Д.,

студент,

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

СВІТОВИЙ РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Вже на сьогодні стрімкий розвиток технологій та всесвітньої мережі Інтернет встиг суттєво вплинути на звичні нам засоби здійснення зовнішньоторгівельних операцій. Як результат, сьогодні ми можемо говорити про появу такого нового юридичного та економічного явища як електронна комерція (E-commerce). В останні роки США, Китай і Великобританія були провідними країнами в використанні ринку електронної комерції. Китай збільшив своє лідерство в Сполучених Штатах Америки як країна, що має найвищий оборот електронної комерції в B2C (роздрібні продажі), в минулому році він склав \$ 766,5 млрд., що більше, ніж в США (\$ 595,1 млрд) і Великобританії (\$ 174,5 млрд). На частку цих країн припадає 68 % загального обороту електронної комерції [1].

В світовій економіці все більше фірм віддають перевагу електронному простору, свідомо розміщуючись на його теренах, і це не випадково. По-перше, Інтернет виявив надзвичайну корисність як джерело будь-якої інформації, надійний засіб комунікації, та вивів суспільство на суттєво нові, дешевші та швидші шляхи задоволення власних потреб. По-друге, досвід компаній, які використовували мережу як додаток до свого традиційного (оффлайн) бізнесу, або тих, що від початку планував розробку свого бізнесу в Інтернеті,

підтвердив корисність і зручність нових інструментів маркетингу, ведення бізнесу, комунікацій з клієнтами та способів платежу, яке пропонує це середовище [2, с. 24].

Про зростаючу популярність E-commerce свідчить і зменшення кількості готівкових коштів в обороті. Так, за даними НБУ, в Україні кількість готівки зменшилась на 6,4 млрд. грн., або на 1,6 %, порівняно з початком 2019 року [3].

Ще нещодавно інформаційні технології не грали значної ролі в успіху бізнесу, та, на зараз, відділити сам бізнес від них практично неможливо. Розширення електронної комерції призвело до скорочення транзакційних витрат, спрощення процедур торгівлі, розширенню можливостей для припливу інвестицій, розширення географії та доступності для участі в бізнесі, підвищення конкуренції.

Розвиток електронної комерції має наступний прояв у світовій економіці:

- прискорення темпів інформаційної взаємодії практично всіх суб'єктів світового ринку;
- децентралізація ресурсів, стимулювання незалежного розвитку суб'єктів світового ринку;
- використання електронних платіжних систем;
- зменшення обсягу спекулятивного капіталу (у посередників, що не є виробниками) і, отже, збільшення об'ємів інвестицій у виробничу сферу;
- створення умов для відкритої конкуренції на ринках товарів і послуг;
- прискорення процесу просування на ринок нових товарів, послуг і доведення їх у зручній формі до споживача [2, с. 25].

Електронна комерція являє собою процес, який дозволяє здійснювати продаж або купівлю товарів і послуг з використанням комп'ютерних мереж. Незважаючи на те, що замовлення можуть бути зроблені в електронному вигляді, доставка товарів і послуг не можуть бути здійснені в електронному вигляді. Крім того, виникають питання, пов'язані з можливими податковими втратами і ухиленням від сплати податків, подвійним оподаткуванням та ін., які негативно впливають на розвиток електронної торгівлі.

Необхідність спеціальних методів оплати і відмінності податкового законодавства між країнами привели до додаткових витрат і адміністративних проблем, тобто створили бар'єри для електронної комерції. Таким чином, оподаткування електронної комерції є важливим питанням для країн, підприємств і споживачів, які хочуть бути учасниками електронної комерції.

Справедливе і нейтральне оподаткування повинно бути згенеровано для звичайної торгівлі та електронної комерції. Платники податків повинні знати, яким чином і в яких ситуаціях вони обкладаються податком. В процесі оподаткування повинні бути забезпечені ефективність і справедливість. Податкова система повинна бути гнучкою і адаптованою до технологічного і торгового розвитку.

Відзначаються наступні ключові фактори, які викликають найбільші труднощі при оподаткуванні електронних послуг і електронної комерції: встановлення особи контрагентів, встановлення місце знаходження контрагентів, труднощі для податкових органів при отриманні інформації та необхідних документів. Країни застосовують різні методи податкового регулювання, що викликає у електронних продавців додаткові витрати і труднощі. Зростаюча взаємозалежність національних економік веде до формування нових викликів і можливостей для реалізації бюджетної та податкової політики. Таким чином, подальше вдосконалення податкового регулювання в сфері електронної комерції має здійснюватися з урахуванням вищезгаданих фундаментальних принципів і відповідно до передової практики регулювання оподаткування.

Перелік джерел посилання

1. AT Kearney (2015). The 2015 Global Retail E-Commerce Index.
2. Андрушків Б. М., Кирич Н. Б. Електронний бізнес та електронна комерція. 2016. с. 23-30.
3. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/za-kilkistyut-sumoyu-v-ukrayini-perevajayut-bezgotivkovi-operatsiyi> (дата звернення: 01.11. 2020).

Мозгова Г. В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
менеджменту та підприємництва,*

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Петренко К. В.,

студент,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Люди є візуалами, адже сприймають більшу частину інформації за допомогою зору, тож кольори відіграють величезну роль у прийнятті рішень та впливають на поведінку людини. Психологія кольору – це вивчення того, як саме кольори та їх відтінки можуть маніпулювати людським сприйняттям та поведінкою [3].

У результаті аналізу досліджень з даної тематики [1, 2, 3, 4, 5] було зроблено висновок, що колір є одним з найважливіших факторів покупки конкретного товару. У списку чинників, що впливають на вибір покупців, візуальна складова лідирує з великим відривом – на неї посилається 93% опитаних. 6% респондентів орієнтуються на текстуру товару і 1% на звук або запах [2]. Звичайно, що останні 3 чинники (текстура, звук, запах) будуть недоступні користувачам Інтернет-магазинів, тож колір є визначальним. Це призводить до необхідності визначення найбільш доречних сфер застосування кожного виду кольору, що необхідно враховувати маркетологам та веб-дизайнерам під час розробки фірмових логотипів, сайтів, Інтернет-реклами, тощо (Таблиця 1).

Кольори допомагають розрізнити бренди. Споживачі визначають бренд за певним набором відтінків на упаковці або в рекламі, ще навіть не прочитавши ні слова [4]. Колір збільшує впізнаність бренду на 80% , що безпосередньо впливає на довіру споживачів [2].

Таблиця 1 – Приклади використання кольорів у Інтернет-маркетингу
(розроблено за [1, 5])

Колір	Характеристика сприйняття	Приклад використання	Приклад Інтернет-сайту
Червоний	Асоціюється з міццю і владою, змушує діяти рішуче, привертає до себе увагу та викликає інтерес, збуджує апетит	Акції або новинки товарів, бренди в сфері харчування та фаст-фуду, рекламні кампанії швидкісних машин та спідньої білизни	KIT KAT https://www.kitkat.com/ru/
Зелений	Колір спокою і природи, натякає на молодість, натуральність, життєву силу, розслабляє	Реклама медичних послуг, соціальна реклама, еко-бренди, фармацевтичні компанії, сфери бізнесу	WhatsApp https://www.whatsapp.com/?lang=ru
Фіолетовий	Асоціюється з творчістю, благородністю, елегантністю, витонченістю, впливає на концентрацію	Реклама творчих проєктів, «жіночих» брендів, престижних торгових марок	Milka https://www.milka.com/
Жовтий	Асоціюється з юністю та оптимізмом, викликає бажання комунікувати та створювати креатив	Туризм, високі технології, маркетингові агенції	Landor https://landor.com/
Рожевий	Колір наївності та дитячості, асоціюється з жіночністю та ніжністю, привертає до себе увагу	Реклама жіночих товарів, дитячих іграшок, меблів та продуктів харчування	Будинок іграшок https://bi.ua/
Чорний	Асоціюється з таємницею, витонченістю, благородністю, викликає авторитет	Люксові бренди одягу, косметики та здоров'я	Apple https://www.apple.com/
Синій	Створює враження надійності та безпеки, має заспокійливий ефект, асоціюється з логічністю та свободою	Фармацевтичні послуги, громадські місця, автомобілі та техніка, соціальна реклама	Ford https://ford.ua/
Білий	Нейтральний колір, асоціюється з чистотою, свіжістю та чесністю	Еко-бренди, реклама техніки, автомобілів, одягу	Nike https://www.nike.com/ru/

Цільову аудиторію розрізняють на 3 групи за поведінковим паттерном: імпульсивні покупці (Impulse Shoppers), економні («бюджетні») покупці (Shoppers on a Budget) і так названі «традиційні покупці» (Traditional Buyers).

Тригером до конверсійних дій для імпульсивних споживачів найчастіше служать червоний, помаранчевий, чорний і яскраво-синій (Royal Blue) кольори. Вони провокують імпульсивних покупців до придбання фастфуду або участі в розпродажах.

«Бюджетні» покупці схильні підкорятися «наказам», що властиве темним, насиченим відтінкам синього кольору (Navy Blue, «морська синява») і іншим «морським» кольорам – синьо-зеленим (Teal). Два цих спокійних, благородних кольорів відмінно працюють на сайтах банків або великих торгових мереж.

«Традиційні покупці» схильні до дії відтінків рожевого (Pink, Rose) і небесно-блакитного кольорів, що застосовуються зазвичай в дизайні Інтернет-магазинів, які торгують одягом [2].

Отже, кольори безумовно мають вплив на свідомість людини, тож грамотно використовуючи ці знання, можна зацікавити споживачів та підвищити впізнаваність та продажі бренду в Інтернет.

Перелік джерел посилання

1. Психология цвета в маркетинге: обзор 9 популярных оттенков. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2017/11/28/psihologiya-cveta-v-marketinge-obzor-9-populyarnyh-ottenkov/>.

2. 85% покупателей делают свой выбор на основе цвета. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2013/08/07/85-pokupatelej-delayut-svoj-vybor-na-osnove-cveta/>.

3. Измайлова А. Психология цвета в маркетинге и брендинге – цвет в контексте. URL: <https://vc.ru/marketing/139713-psihologiya-cveta-v-marketinge-i-brendinge-cvet-v-kontekste>.

4. Дрозд Е. Психология цвета в маркетинге и рекламе. URL: <https://womlifecclub.ru/statya/obuchenie/psihologiya-cveta-v-marketinge-i-reklame>.

5. Психология цвета в рекламе. URL: <https://marketer.ua/ua/psihologiya-tsveta-v-reklame/>.

Мурзабулатова О. В.,

к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

УМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ

Акціонерне товариство (корпорація) в умовах сучасної ринкової економіки є основною формою організації великих обсягів підприємницької діяльності. Домінування корпорацій у ринкових економічних відносинах в першу чергу обумовлюється вагомими перевагами, які визначають акціонерні товариства у ряду інших форм організації підприємництва. Проте через існування можливостей зацземлення найманими працівниками інтересів акціонерів при асиметричному розподілі інформації в корпорації виникає низка потреб у додатковому (відносно до забезпечення запитів поточного управління) і належному регулюванні корпоративних відносин між власниками та керівництвом товариства. Характерною особливістю акціонерної форми організації підприємництва є створення та розвиток в ході співпраці осіб, зацікавлених у АТ, особливого виду корпоративних відносин.

За думкою Г. Клейнера [1], загальна збалансованість усієї системи корпоративних відносин між групами учасників корпорації та зовнішніми угрупованнями зацікавлених осіб з точки зору можливого їхнього впливу на процес прийняття управлінських рішень обумовлюється такими складовими:

– індивідуальна збалансованість – відповідність функціональних інтересів кожного учасника його повноваженням та відповідальності;

– міжсуб'єктна функціональна збалансованість повноважень – пропорційність прав різних суб'єктів корпоративних відносин;

– міжсуб'єктна функціональна збалансованість домагань – порівнянність енергії, яка проявляється учасником при прагненні до реалізації власних інтересів;

– системна збалансованість – сполучення усіх видів взаємовідносин між учасниками корпоративних відносин.

Аналізуючи стан збалансованості стосунків між учасниками корпоративного підприємства в умовах транзитивної економіки, Г. Клейнер [1] наголошує на існуванні суттєвих розбіжностей практично між усіма складовими загальної збалансованості, більшою мірою – у бік переважання інсайдерського керівництва корпорації.

У останні роки науковці все більше уваги приділяють вивченню корпоративних відносин, які виникають за межами комерційних підприємств, зокрема – у територіальних громадах. Наприклад, у роботі, Г. Оніщук [2], територіально-суспільні угруповання людей (територіальні громади) вважаються основним носієм корпоративних інтересів і прав, реалізація яких здійснюється через впровадження різноманітних моделей міжсекторного співробітництва у процесах місцевого розвитку, створення муніципальних корпорацій та ін.

Таким чином, характерною особливістю акціонерної форми організації підприємництва є створення та розвиток в ході корпоративної співпраці осіб, зацікавлених у корпорації, особливого виду корпоративних відносин. При цьому слід зазначити, що соціально-економічна природа, стан і тенденції розвитку корпоративних відносин вирішальною мірою визначають успіх корпоративного співробітництва, а значить – ефективність функціонування корпорації у цілому. Проте до цього часу питання вивчення змісту КВ у економічній та навіть у правовій науках не дістало достатнього висвітлення, що в першу чергу обумовлюється складністю та різноманітністю корпоративних відносин як об'єкту дослідження. Так, наприклад, О. Татаркін та ін. [3] зазначають, що у світовій економічній науці вже сформовано цілу низку

підходів щодо встановлення природи корпоративних відносин (а саме – неокласичний, інституціонально-еволюційний, синергетичний, соціодинамічний, менеджеріальний), проте жодний з цих підходів не здатний повністю охопити складний зміст та різноманітне походження КВ.

В. Щербина [4] наголошує на наявності матеріального (фактична поведінка, яку правомочна особа може, а правозобов'язана особа – обов'язково має вчинити), вольового (взаємодія волі держави та особистої волі учасників КВ) та юридичного (суб'єктивні юридичні права та обов'язки учасників КВ) змісту корпоративних відносин. При визначенні вольового змісту корпоративних відносин В. Щербина підкреслює наявність об'єктивних (об'єктивна волі держави, яка виражається у державному регулюванні КВ та у корпоративних правових нормах) та суб'єктивних (власне, без будь-якого примусу, бажання учасників щодо вступу до КВ) вольових джерел виникнення корпоративних відносин.

Виходячи з ролевих функцій учасників у процесі корпоративного співробітництва, виділяють наступні основні підходи щодо встановлення сутності корпоративних відносин [5]:

- теорії співучасників («stakeholders theory»), зміст якої складається в обов'язковій підконтрольності керівництва корпорації усім зацікавленим сторонам, що реалізують прийняту модель корпоративних відносин;

- агентської теорії («agency theory»), що розглядає механізм корпоративних відносин через інструментарій агентських витрат;

- інституціонального аналізу, заснованого на виявленні універсальних методологічних положень, притаманних інституціональному (позаринковому) регулюванню економічних відносин.

В. Хіль [6] наголошує на існуванні двох основних підходів до визначення змісту корпоративних відносин, які існують у АТ: концепція акціонерного капіталу, за яку при виникненні КВ первинними вважаються інтереси акціонерів; концепція зацікавлених груп, яка виходить з того, що корпорація в

особі її керівництва при досягненні цілей і реалізації стратегії залежить від ресурсів та безпосередньої участі зазначених груп, які у свою чергу мають потребу в зустрічних послугах для досягнення власних цілей.

Співучасники корпорації поділяються на внутрішньофірмові (менеджери і співробітники підприємства) та зовнішні (клієнти, субпостачальники, акціонери, кредитори, держава, профспілки, промислові та інші асоціації, інші групи інституціонального оточення) групи. На особливу увагу в сучасних умовах, за думкою В. Хіля, заслуговують також корпоративні відносини, які виникають навколо впливу корпорації на соціальне середовище в цілому і на екологічну ситуацію (концепція інвайронменталізму у стратегічному управлінні).

Досить часто науковці Е. Кібенко [7], В. А. Євтушевський [8], та ін. пропонують розмежовувати природу корпоративних відносин за ознакою відношення певних учасників (суб'єктів КВ з певними цілями та інтересами) до корпорації на внутрішні (всередині АТ) та зовнішні (між АТ й внутрішніми групами учасників та факторами зовнішнього середовища) стосунки. Досить поширеною [1, 2, 3, 4, 5] та ін.) є також диференціація змісту корпоративних відносин на суто акціонерні (між інвесторами – учасниками корпорації) та іншими групами нефінансових інвесторів та інших зацікавлених осіб.

Деякі автори [9] неабияку увагу звертають також на суттєві відмінності корпоративних відносин, що виникають внаслідок добродійних (власне корпоративні відносини) та егоїстичних (відносини зловживання корпоративними правами) дій або моделей поведінки учасників КВ в процесі співробітництва.

Таким чином, кожний з описаних підходів розглядає певні аспекти складного суспільно-економічного явища – корпоративних відносин, проте повне висвітлення природи КВ вимагає інтегрованого комплексного підходу щодо встановлення складу і характеру участі зацікавлених груп корпорації у корпоративному співробітництві.

Перелік джерел посилання

1. Клейнер Г. Б. Развитие теории экономических систем и ее применение в корпоративном и стратегическом управлении. ЦЭМИ РАН. Т. 20106. 2010.
2. Оніщук Г. І. Корпоративні структури та їх вплив на соціально-економічний розвиток регіонів України. *Комунальное хозяйство городов*. 2011. № 100. С.101-107.
3. Динамика корпоративного развития. / Под. Ред. А.И. Татаркина. М.: Наука, 2004. 502 с.
4. . Щербина В. С. Правова природа корпоративних відносин. *Українське комерційне право*. 2006. № 7. С. 10-14.
5. Романюк В. М. Концептуальний аналіз теоретичних підходів до сутності корпоративного управління. *Ефективна економіка*. 2015. №7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4195>.
6. Хиль В. Акционерный капитал и группы, заинтересованные в успехе предприятия. *Проблемы теории и практики управления*. 1997. № 5. С. 31-34.
7. Кибенко Е. Р. Корпоративное право. Харьков. *Эспада*. 2008. 480 с.
8. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління: навч. посіб. Київ. Знання-Прес, 2002. 317 с.
9. Кібенко О. Р., Спасибо-Фатєєва І. В., Борисова В. І. Корпоративне управління: монографія / за ред. проф. І. В. Спасибо-Фатєєвої. Харків. Право. 2007. 500 с.

Мурзабулатова О. В.,

к.е.н, доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

Абдуллаєв Акбар Ібадулла огли,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

РОЛЬ І МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах нестабільності функціонування підприємств та посилення невизначеності їх розвитку проблеми забезпечення економічної безпеки набувають особливого значення. Важливим при цьому є створення відповідної системи управління, що передбачатиме дієві механізми захисту та буде стратегічно орієнтованою. Належне управління системою економічної безпеки підприємства ускладнене низкою проблем, передусім такими, як нестабільність економіки та її державного регулювання, недосконалість і нестабільність правового середовища, значна тінізація ринку, сильна конкурентна боротьба, недостатність фінансового та відсутність відповідного методичного і організаційного забезпечення.

Питання стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства висвітлені у роботах таких авторів, як: О.А. Беззубченко [1], О. А. Гавриш, Г. М. Черняк [2], В. Л. Дикань, К. М. Божко [3], Є. В. Міщук [4], С. М. Смірная [5] та інші. Теоретичні аспекти стратегічного управління в системі забезпечення економічної безпеки підприємства досліджували вітчизняні і зарубіжні вчені: І. О. Доценко, О. П. Мельничук [6], Р. А. Лізут [7], О. В. Черевко [8], В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз [9] та інші. Проте

актуальність теми даного дослідження обумовлює необхідність подальшого наукового пошуку в межах предметної області.

Метою дослідження є визначення ролі та місця стратегічного управління в забезпеченні економічної безпеки підприємства.

В умовах підвищеного ризику, що характерно для функціонування більшості вітчизняних підприємств, особливого значення набуває організація стратегічного управління економічною безпекою.

Стратегічне управління економічною безпекою – це процес управління стратегічним плануванням та розробленою стратегією забезпечення економічної безпеки з урахуванням взаємозв'язку внутрішнього середовища підприємства із зовнішнім та адаптації до їхніх змін для досягнення мети підприємства та захисту його від впливу загроз, ризиків і досягнення безпечного функціонування [8].

При здійсненні стратегічного управління економічною безпекою підприємства варто враховувати: циклічність розвитку та особливості трансформацій вітчизняної економіки, від чого залежить вибір інструментів, методик і моделей безпеки підприємства; необхідність використання системного, ситуаційного та цільового підходів при виборі стратегічних пріоритетів розвитку, що в умовах невизначеності зовнішнього середовища дозволяє окреслити перспективи розвитку з врахуванням ризиків; перевірені практикою методи, інструменти і моделі стратегічного управління [6-8].

Стратегія економічної безпеки – це розроблення довгострокового плану для забезпечення реалізації мети, завдань та досягнення цілей підприємства, зокрема забезпечення економічної безпеки, а також планування розподілу ресурсів в умовах постійної нестабільності зовнішнього середовища та адаптації до нього, для захисту цього підприємства від впливу загроз, ризиків і досягнення нормального та безпечного його функціонування [1].

Основна мета стратегічного планування полягає в поліпшенні реакції підприємства на динаміку ринку та поведінку конкурентів. Воно виступає

умовою осмисленого розвитку організації. Стратегічне планування потребує дотримання трьох основних умов [9]:

- управління діяльністю підприємством будується на принципах управління інвестиційним портфелем;
- ретельна оцінка перспектив кожного виду діяльності, вивчення показників ринкового зростання і позиції компанії на конкретному ринку;
- стратегія для кожного бізнесу підприємством розробляється план досягнення довгострокових цілей.

В основі всього процесу розробки стратегії лежать основні принципи організації. До загальних принципів раціональної організації процесів можна віднести: пропорціональність, безперервність, паралельність, спеціалізацію, універсальність, оперативність, гнучкість, інформативність та інші.

Для реалізації економічної стратегії підприємства необхідно: адаптувати систему до зовнішнього середовища; ранжувати показники, завдання та інші фактор за їх важливістю та ефективністю для раціонального розподілу ресурсів та забезпечення пропорціональності компонентів системи; забезпечити зіставлення управлінських рішень по рівню якості, об'єму, ступеню невизначеності ситуації; забезпечити сприйнятливість управління до змін у зовнішньому середовищі та в структурі системи; стимулювати досягнення запланованих результатів; забезпечувати промяточність, пропорціональність та безперервність як управлінських так і виробничих процесів підприємства; забезпечити раціональне поєднання різних методів управління персоналом [9].

В коло питань по організації реалізації стратегічних планів входять розробка, узгодження та затвердження програми заходів, організація обліку та контролю їх виконання, мотивація виконання планів в установленні терміни, необхідної якості та з оптимальними затратами.

Мотивація супроводжує всі види діяльності по розробці та реалізації стратегічних планів: розробку самої концепції, інформаційне забезпечення, дослідження ринку, стимулювання підвищення

конкурентоспроможності фірми, організація розробки стратегії підприємства [8].

До переваг стратегічного підходу в управлінні економічною безпекою підприємства варто віднести [9]:

- зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів невизначеності в майбутньому;
- можливість враховувати об'єктивні (зовнішні та внутрішні) фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів та визначенні рівня їх впливу на економічну безпеку;
- можливість отримати необхідну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень по забезпеченні економічної безпеки підприємства;
- підвищення керованості системи економічної безпеки, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, здійснювати ефективні мотивації та стратегічний контроль;
- забезпечення динамічності змін через реалізацію стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;
- об'єднання зусиль керівників усіх рівнів управління та діяльності підрозділів підприємства, пов'язаних зі реалізацією стратегій забезпечення економічної безпеки.

Таким чином, стратегія економічної безпеки займає все більше значимі позиції в загальній стратегії управління підприємством. Стратегія економічної безпеки – це розроблення довгострокового плану для забезпечення реалізації мети, завдань та досягнення цілей підприємства, зокрема забезпечення економічної безпеки, а також планування розподілу ресурсів в умовах постійної нестабільності зовнішнього середовища та адаптації до нього, для захисту цього підприємства від впливу загроз, ризиків і досягнення нормального та безпечного його функціонування.

Перелік джерел посилання

1. Беззубченко О. А. Економічна безпека як складова стратегії розвитку підприємства в умовах нестабільності. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка*. 2020. Вип. 19. С. 20-27.
2. Гавриш О. А., Черняк Г. М. Розроблення стратегії забезпечення економічної безпеки підприємств енергетичної галузі. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 143-149.
3. Дикань В. Л., Божко К. М. Стратегія забезпечення економічної безпеки промислових підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 150-158.
4. Міщук Є. В. Методологічні засади оцінки рівня та стану стратегічної економічної безпеки підприємств. *Агросвіт*. 2020. № 7. С. 23-30.
5. Смірная С. М. Формування стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства. *Modern economics*. 2018. № 8. С. 190-198.
6. Доценко І. О., Мельничук О. П. Стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 3. С. 79-84.
7. Лізут Р. А. Загальні та деталізовані стратегії управління організаційно-економічною безпекою підприємств. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. Вип. 202. С. 265-274.
8. Черевко О. В. Стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства. *Ефективна економіка* 2014. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3302>. (дата звернення 27.10.2020).
9. Стратегічне управління: навч. посіб. / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз та ін. Київ: ЦУЛ, 2013. 272 с.

Мусієнко В. О.,

*к.т.н, доцент кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Вадіянець А. Р.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

У сучасних умовах господарювання систему безпеки в українських банках можна розглядати як стан їх фінансово-господарської діяльності, за якого забезпечуються реалізація основних інтересів, пріоритетних цілей банків, захист від зовнішніх і внутрішніх негативних факторів. Основним критерієм ефективності безпеки банківської діяльності є стабільність фінансового і економічного стану банку.

Метою забезпечення економічної безпеки діяльності банківських установ є усунення можливостей завдання банку збитків або упущення ним вигоди, забезпечення його ефективної діяльності та якісної реалізації операцій і угод [1].

Досягнення мети економічної безпеки діяльності банківських установ забезпечується виконанням таких завдань [1-3]:

– профілактика та запобігання правопорушенням і злочинним посяганням на власність, персонал та імідж банку;

– своєчасне виявлення реальних і потенційних загроз банку, проведення заходів щодо їх нейтралізації;

– оперативне виявлення змін і негативних тенденцій у сферах діяльності, інтересів та інформаційної уваги банку, своєчасне реагування елементів його структури на них;

- виявлення та формування умов, сприятливих для реалізації банком своїх інтересів;
- виховання та навчання персоналу банку з питань безпеки;
- послаблення шкідливих наслідків від акцій конкурентів або злочинців з підриву безпеки банку;
- збереження і ефективне використання фінансових, матеріальних та інформаційних ресурсів банку.

У широкому сенсі безпека банківської діяльності є багатогранною системою захисту інтересів банку. Під видами банківської діяльності розуміють сукупність заходів єдиної спрямованості, що здійснюються у межах відповідної групи завдань безпеки. Видами безпеки банківської діяльності є [3, 4]:

- особиста безпека – забезпечення спокійної роботи, вільного переміщення і відпочинку кожного працівника банку;
- колективна безпека – забезпечення спокійного, планового і ефективного ритму роботи підрозділів банку;
- економічна безпека – забезпечення умов для ефективного проведення банком операцій і здійснення угод, зберігання і раціонального використання кредитних та фінансових ресурсів банку, надійного зберігання і транспортування готівки та цінностей, правильної експлуатації техніки і обладнання установ банку;
- інформаційна безпека – формування інформаційних ресурсів банку та організація гарантованого їх захисту.

Надійність та ефективність банківської діяльності забезпечуються через реалізацію відповідних вимог до системи безпеки банку (безперервність, плановість, конкретність, активність, універсальність та комплексність).

Основними об'єктами захисту в банку є [5, 6]:

- фінансові ресурси (національна й іноземна валюта, банківські (комерційні) операції та угоди банку, коштовності, фінансові документи);
- персонал банку (керівництво і вищий менеджмент банку, особи, які мають доступ до його таємниць, інші працівники банку);

– матеріальні засоби (будівлі, сховища, обладнання, транспорт, засоби і системи інформатизації);

– інформаційні ресурси банку з обмеженим доступом (відомості, що є банківською та комерційною таємницею банку і його конфіденційною інформацією).

Виконання заходів безпеки забезпечується через діяльність сил безпеки і використання різноманітних засобів. Залежно від способу організації безпеки її силами є: підрозділи безпеки банків, спеціалізовані фірми, організації, які надають банкам послуги безпеки, персонал банків.

До засобів безпеки відносять технічні засоби охорони, програмні і технічні засоби захисту інформації, спеціальні засоби і техніка, інженерно-технічні засоби обмеження доступу, засоби зв'язку, обробки і передання інформації та інше обладнання і техніка, які використовуються для забезпечення ефективної реалізації заходів безпеки.

Безпека діяльності банківських установ, як і інших комерційних структур, забезпечується всіма їх підрозділами і працівниками. Вона не може бути ефективною, якщо нею буде займатись якийсь один, нехай навіть найпрофесійніший підрозділ або фахівець.

Практична реалізація заходів безпеки може бути організована: через укладення договорів з державними органами охорони, приватними охоронними та детективними фірмами (на повне або часткове здійснення заходів безпеки); створенням власного підрозділу безпеки.

Підрозділ безпеки у банках створюється відповідно до сфер, напрямків діяльності банків, завдань безпеки та форм її організації. Крім того, на структуру підрозділу впливатимуть можливості банку, обсяг операцій, які він проводить, політика керівництва банку щодо організації безпеки.

До функцій підрозділу безпеки банку відносять такі [6]:

- адміністративно-розпорядницька;
- обліково-контрольна;
- соціально-кадрова;

- організаційно-управлінська;
- методична;
- інформаційно-аналітична.

Забезпечення безпеки діяльності банківських установ здійснюється в умовах існування великої кількості загроз їхньому бізнесу. Різноманітне походження таких загроз зумовлює необхідність побудови комплексних систем захисту бізнесу, які б включали заходи організаційного, правового, економічного, ідеологічного, соціального характеру.

Перелік джерел посилання

1. Отенко І. П., Мішин О. Ю., Мішина С. В. Організація та управління фінансово-економічною безпекою банківських установ: навч. посіб.; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 239 с.

2. Губарєва І. О., Штаєр О. М. Забезпечення управління економічною безпекою банку: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2013. 309 с.

3. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія / за заг. редакцією д-ра економ. наук, проф. А. О. Єпіфанова. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. 295 с.

4. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів: навч. посіб. для студентів ВНЗ екон. і юрид. спец. усіх форм навчання / ДВНЗ «Укр. акад. банк. справи Нац. банку України», Каф. фінансів; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Фролова; [уклад.: С. М. Фролов та ін.]. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 331 с.

5. Банківська безпека: підручник / А. О. Корченко, Л. М. Скачек, В. О. Хорошко; за заг. ред. д-ра техн. наук, проф. Хорошка В. О.; Нац. авіац. ун-т. Київ: Задруга, 2014. 185 с.

6. Безпека банківської діяльності: монографія / Казакова Н. Ф. [та ін.]; під ред. проф. Хорошка В. О. Київ: Задруга, 2013. 281 с.

Мусієнко В. О.,

к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

Зінченко М. Е.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

РЕСУРСИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ХХІ СТОЛІТТЯ

Дослідники називають економіку ХХІ століття економікою знань, в якій цінність створюється не стільки фізичними та фінансовими ресурсами, а ще й інтелектуальними можливостями та нематеріальними активами. Провідною тенденцією сучасної економіки є посилення ваги інформації та розвитку знань як визначального фактора створення вартості. В умовах інформаційного суспільства інтелектуальний капітал визнається провідним ресурсом, наявність і використання якого є основою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання і впливає на його ефективне функціонування. Важливість даного чинника зростає з кожним днем, оскільки в сучасному світі пріоритет віддається інтелектуальній діяльності індивідів.

У найбільш загальному плані під інтелектуальним капіталом розуміється сума знань, умінь, досвіду та кваліфікації працівників, що забезпечує приріст доходу для окремої компанії, або для окремого індивіда, або суспільства в цілому. Інтелектуальний капітал має певну структуру та складається з людського, організаційного та споживчого капіталів організації. Інтелектуальний капітал більшою мірою, ніж матеріальний капітал, стає стійкою конкурентною перевагою. Матеріальний капітал – це результат певних дій в минулому. Інтелектуальний капітал також є результатом минулих

інвестицій, але разом з тим він більшою мірою орієнтований на майбутнє. Основою для оцінки матеріального капіталу є витрати, які вже зроблені. Основа для оцінки інтелектуального капіталу – вартість, яка буде створена в процесі його майбутнього використання [1]. Інтелектуальний капітал розглядається як визначальний фактор інноваційного розвитку соціально-економічної системи. До його особливостей можна віднести наступне: формування інтелектуального капіталу сприяє економічному зростанню; інтелектуальний капітал має накопичувальний ефект, пов'язаний з підвищенням рівня знань, навичок і практичного досвіду; використання інтелектуального капіталу пов'язане з великим ступенем невизначеності та ризику, з одного боку, але, з іншого боку, з високими прибутками. На рис. 1 представлений алгоритм трансформації знань в конкурентні переваги компанії, де одним з головних факторів є інтелектуальний капітал [2].

На сьогодні деякі вчені, наприклад Алексашина Т. В., включають ще одну складову в інтелектуальний капітал – соціальний капітал [3]. У концепції інтелектуального капіталу соціальний капітал визначається як система взаємопов'язаних інститутів (включаючи соціально-культурні норми та правила поведінки), на основі яких формуються соціальні зв'язки, що відрізняються довірою між їх учасниками та дозволяють їм отримувати додатковий дохід [3]. Появу ще одного виду інтелектуального капіталу пов'язують з виникненням концепції довгострокової стійкості розвитку, яка відстоює принцип, що економічне зростання невіддільне від його екологічних та соціальних наслідків. Соціальний капітал пов'язаний тим, що кожний економічний суб'єкт (індивід, фірма, держава) в той або інший спосіб інтегрований у систему соціально-економічних відносин. Виходячи з цього, соціальний капітал вважають капіталом спілкування, співпраці, взаємодії, взаємної довіри та взаємодопомоги, сформованого у просторі міжособових економічних та соціальних відносин.

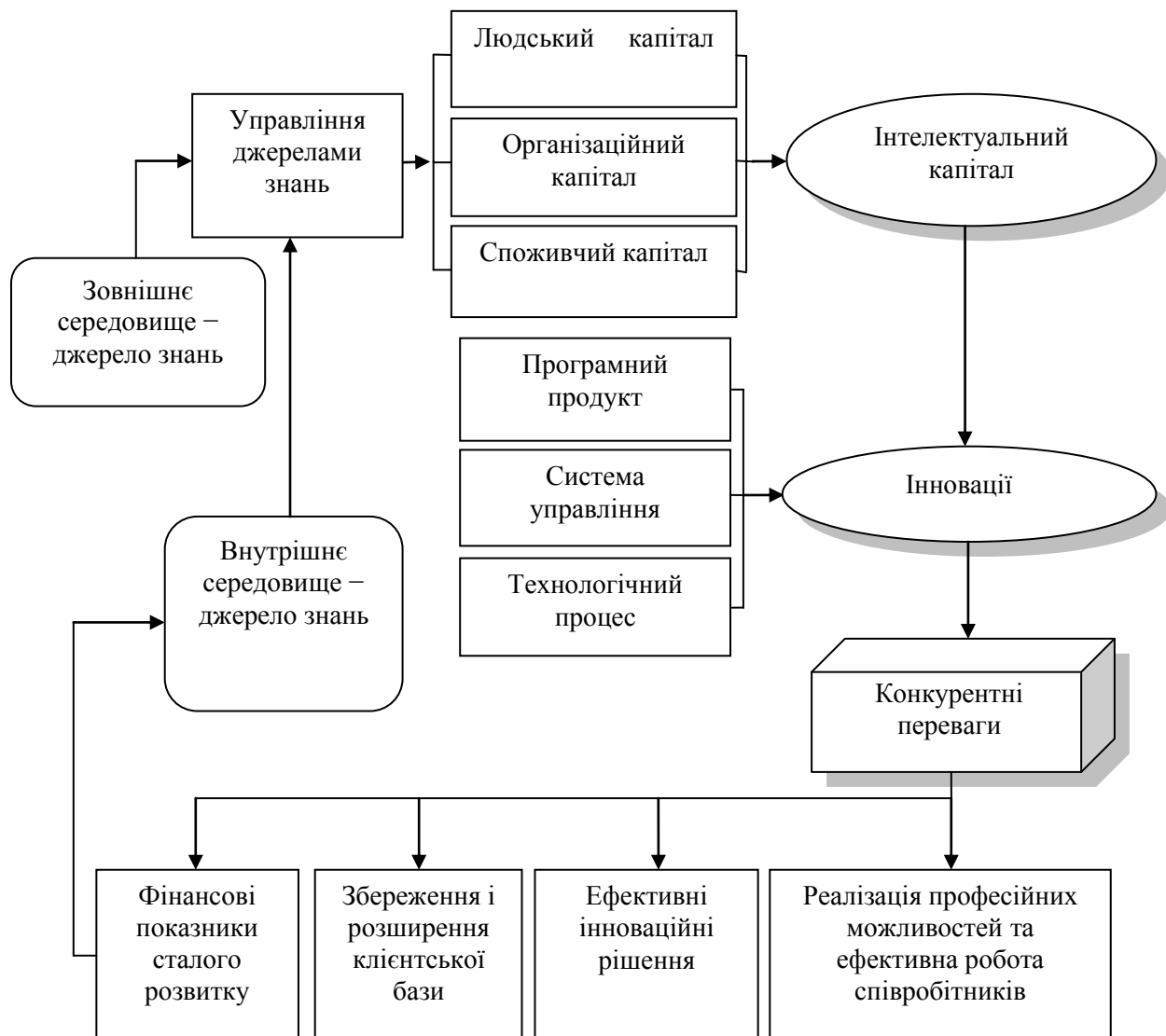


Рисунок 1 – Алгоритм трансформації знань в конкурентні переваги компанії

Тому соціальний капітал правомірно розглядати як частину капіталу відносин, оскільки він включає сформовані відносини організаційно-економічного та соціально-економічного характеру [4]. Соціальний капітал характеризується такими рисами: соціальний капітал – це продукт організованої взаємодії суспільних суб’єктів; соціальний капітал як елемент функціонування соціально-організованої суспільної системи не може перебувати у приватній власності, тобто є суспільним благом; соціальний капітал не є власністю фірми, але входить до структури активів фірми, використовується кожним підприємством у міру можливостей [4].

Отже, у контексті глобалізаційних тенденцій успішне існування суб'єктів господарювання визначається здатністю розвиватися у висококонкурентному середовищі. У належному інноваційному кліматі створюються передумови формування інтелектуального капіталу, що акумулює наукові знання, компетенції працівників, інтелектуальну власність. У ХХІ столітті система управління інтелектуальним капіталом є компонентом інноваційного процесу, що представляє собою сукупність підсистем: генерація знань, генерація творчих рішень на основі нових знань, реалізація та інституціоналізація нововведень. Можна говорити, що у теперішній час інтелектуальний капітал у взаємозв'язку із соціальним капіталом, стає ключовим фактором ефективного економічного розвитку. Усі, вище перераховані компоненти, сприяють розвитку суб'єкта господарювання та роблять його конкурентоспроможним в умовах сьогодення.

Перелік джерел посилання

1. Пострелова А. В., Донскова М. В. Оценка интеллектуального капитала предприятия. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/77/3983/>.
2. Полозова Т. В., Мусієнко В. О., Зінченко М. Е. Інтелектуальний капітал як джерело конкурентних переваг та критерій рейтингового оцінювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. № 34. С. 90-96.
3. Алексашина Т. В. Социальный капитал в контексте формирования и оценки интеллектуального капитала. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-kapital-v-kontekste-formirovaniya-i-otsenki-intellektualnogo-kapitala>.
4. Попело О. В. Інтелектуальний капітал: теоретичний аспект і сучасні тенденції розвитку в Україні. *Економіка і регіон*. 2015. № 2. С. 66-78.

Мусієнко В. О.,

*к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Шапошник Б. В.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЛОКЧЕЙН У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Банківська сфера одна з найстаріших та найважливіших галузей для кожної країни. Діяльність банків, стабільність фінансової системи відіграє провідну роль у розвитку людства. Від початку формування суспільства, як цілісної системи, на всіх етапах еволюції відбувалася взаємодія з банківською сферою в тому чи іншому її вигляді, не залежно від рівня економічного розвитку, форми правління чи історичного етапу.

Банк, банківська система – ці терміни відомі кожному. Ми постійно стикаємося з ними у своїй повсякденній діяльності. Ми виконуємо банківські транзакції, навіть не задумуючись над цим. Поняття банківської справи й банківської системи постійно видозмінювалися з розвитком суспільства та відкриттям нових технологій, але первинна їх суть, пройшовши тисячі років еволюції, не змінилася. Як і у давні часи у Вавилоні, Стародавній Греції, Єгипті, так і в наш час банківська справа заключає в собі роботу з цінностями у всіх їхніх видах та наданні фінансових послуг державі, юридичним та фізичним особам.

Сучасне суспільство все частіше у своїй діяльності опирається на концепцію сталого розвитку. Це найголовніша та найперспективніша ідеологія двадцять першого століття. Лише завдяки використанню новітніх технологій,

їхній прозорості у застосуванні, людство зможе ефективно задовольнити потреби суспільства та забезпечити процвітання на багато років вперед.

Світ постійно розвивається, вдосконалюючи давно забуті речі. Новітня технологія блокчейн – технологія майбутнього є інструментом який можна застосовувати в багатьох сферах діяльності. Впровадження даної технології в банківську діяльність допоможе вивести суспільство на вищий економічний рівень та відкриє нові горизонти та можливості, які не були доступними до цього часу.

Подібна технологія вже давно використовується в банківській діяльності, але в більш примітивному вигляді – це касова книга, вона використовувалася ще з перших часів зародження банків. Вона прошивалася та кожна її сторінка нумерувалася, печатка й підпис підтверджували її законність та достовірність даних, що забезпечувало унеможливлення будь-якої спроби підробки матеріалів книги. Саме такі, на перший погляд примітивні засоби безпеки, допомогли протриматися цій системі аж до наших часів.

Головною перевагою технології блокчейн можна виділити її прозорість, кожен охочий зможе прослідкувати за рухом транзакцій, що дозволить побачити, як все працює. Кожен інвестор та звичайний користувач банку зможе відслідкувати на що використовуються його гроші [1]. На основі не складного аналізу всім доступних даних з'являються нові можливості для ефективнішого управління своїм капіталом та раціонального використання власних заощаджень. Кожен зможе відкрити для себе можливість самостійного управління капіталом та прийняти рішення чи не вкласти свої гроші у щось більш прибуткове та корисніше, запобігти хабарництву та відмиванню грошей.

Органи управління, Національне антикорупційне бюро або Національний Банк України в будь-який момент часу зможуть побачити актуальне відображення ринку. Відслідкувати кожну транзакцію. Переглянути реальну картину ліквідності комерційних банків, їх ризиковані операції. Оперативність збору даних, точність показників та повнота інформації – це саме те, що зможе

надати імплементація технології блокчейн у банківську систему. Завдяки цим перевагам відкривається можливість високоякісного та своєчасного прогнозування кризисних явищ у банківській системі.

Також варто зазначити, що ще однією з переваг технології блокчейн можна виділити неможливість підробки ланцюжка транзакцій. З бази даних неможливо ні видалити ні змінити раніше записану інформацію. Будь яке втручання не можливе, а якщо навіть комусь це вдасться, то система обов'язково про це повідомить [2]. Так само як із ланцюжка блоків транзакцій блокчейн, з касової книги неможливо вирвати жодної сторінки, і неможливо підробити залишок на позавчорашній день по касі. Завдяки технології блокчейн банки не зможуть приховувати свою діяльність та напрямки на які використовуються вкладений інвесторами капітал. Це дозволить запобігти виникненню шахрайських схем та приховуванню даних.

Отже, чому не використати даний принцип і не представити усю діяльність банка, усі операції з коштами чи активами у цифровій формі? Це зробить систему повністю прозорою, безпечною, доступною для всіх охочих нею користуватися, відкриє нові можливості та змінить наш світ, а особливо банківську систему. Це сприяє розвитку інформаційних технологій, кожна гривня буде реалізована задля суспільного розвитку. Банки зможуть досягти нового рівня конкуренції, а ІТ компанії зможуть вийти на ринок з новими рішеннями та інформаційними платформами для вирішення зовсім нових проблем.

Наприклад, така система змогла б запобігти незаконним діям, які стали результатом іпотечної кризи в США 2007 року, або запобігти виникненню так званих темних пулів, в рамках яких у банків можуть бути секретні домовленості з високочастотними трейдерами, що дають їм несправедливі переваги у порівнянні з іншими інвесторами.

Однак, варто згадати і про недоліки використання технології блокчейн. Перш за все це швидкість обробки транзакцій. Кожна операція потребує досить

великих затрат часу, як на наш час, де більшість дій в цифрових системах відбуваються швидше ніж ми встигаємо кліпати. Обробка грошового переказу та перевірка ланцюжка транзакції на надійність змусять користувача зачекати.

Також варто відмітити величезні обсяги даних. Потрібно зберігати кожен блок ланцюжка від початку запису транзакцій. Навіть якщо він нестиме мінімальну кількість інформації її неможливо оптимізувати та зменшити розмір. Тому з кожним роком обсяг даних для збереження буде зростати з надзвичайною швидкістю [3].

Але не варто зациклюватися на недоліках, з кожним днем перед нами відкривається все більше і більше нових можливостей, тому потрібно користуватися поданим шансом та першим відкривати переваги, вдосконалювати існуючі інструменти, мінімізувати недоліки та максимізувати сильні сторони. Розкриття власного потенціалу людини та рух вперед для досягнення нових вершин, є головним рушієм розвитку суспільства.

Застосування технології блокчейн – розподіленої бази даних, що відображає та зберігає ланцюжок блоків транзакцій, це перехід на новий еволюційний рівень банківської діяльності, це зможе зробити світ, ще на один крок ближче до суцільної цифрової економіки. Так як ця концепція є зовсім новою і не дослідженою, кожен новатор зможе зробити свій вклад, першому відкрити для себе й світу переваги новітнього банку та мінімізувати її недоліки.

Перелік джерел посилання

1. Дон Тепскотт, Алекс Тепскотт. Блокчейн-революція. Львів: Літопис, 2019. 492 с.
2. Генкин А., Михеев А. Блокчейн: Как это работает и что ждет нас завтра. Издательство Альпина. 2018. 592 с.
3. Melanie Swan. Blockchain: Blueprint for a New Economy. USA: O`REILLY, 2015. 152 p.

Нугманова Майгуль,
к. э. н., стипендиат программы Фулбрайт
Директор Центра исследований гендерной экономики,
Нархоз университет, Казахстан

ГЕНДЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ДОСТУПА К ДОСТОЙНОМУ ТРУДУ И ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ УСЛУГ ПО УХОДУ

Проблема гендерных различий в доступе к достойному труду не сводится к простому трудоустройству женщин, это проблема качества рабочих мест, предоставляемых женщинам и мужчинам [Maria F, Meurs M., 2009].

Согласно К. Марксу, труд – это не только воспроизводство средств жизни, но и воспроизводство самой жизни [Маркс К., Энгельс Ф.].

Однако обычно «концепция достойного труда сосредоточена только на оплачиваемой работе и не рассматривает связанные с этим изменения в репродуктивном труде» [Maria F, Meurs M., 2009].

Существует множество определений достойного труда, но все они сводятся к тому, что достойный труд предполагает достойную оплату труда, достойные условия труда, определенные социальные гарантии и защиту, свободу выбора, равный доступ и уважение человеческого достоинства.

Ограниченный доступ к достойной работе имеет следствием неблагоприятные последствия как для самой женщины и ее семьи, так и для социально-экономического развития страны. Для домохозяйства – это означает отсутствие дополнительного источника дохода. Для самой женщины – это сопряжено с отсутствием официальной работы, пенсионных накоплений и доступа к кредитам и социальным пособиям. Для экономики в целом – это означает снижение занятости женщин и неэффективное использование имеющихся ресурсов, что приведет к снижению темпов роста экономики

страны, недополучению налоговых поступлений и пенсионных отчислений, снижению потребительского спроса, росту показателя бедности и снижению показателя уровня доходов на душу населения в стране.

Доступ женщин к достойной работе ограничивается невозможностью в настоящее время совмещать ее с неоплачиваемой работой в домохозяйстве и работой по уходу.

Женщины выполняют обычно большую нагрузку неоплачиваемой работы в домохозяйстве и по уходу за детьми и другими зависимыми членами семьи. Для работодателей найм женщины на работу сопряжен с рисками, связанными с возможными декретными отпусками женщин. Обычно женщины выбирают ту работу, которая позволила бы совмещать ее с работой по уходу и домашними обязанностями, и как правило, это низкоквалифицированные и низкооплачиваемые работы. Таким образом, женщины имеют ограниченный доступ к высокооплачиваемым и высококвалифицированным работам. В то же время доступ к достойной работе зависит и от предложения на рынке труда, что связано, в первую очередь, с уровнем экономического развития страны и совокупным спросом. Проблема в том, может ли экономика страны обеспечить достаточный объем качественных рабочих мест для трудоустройства женщин. Низкий уровень экономического развития страны, недостаточное предложение качественных рабочих мест создают высокую конкуренцию на рынке труда за ограниченное количество рабочих мест.

Расширение институционализации услуг по уходу могло бы увеличить возможности женщин для участия на рынке труда, в экономической и политической жизни общества.

С целью обосновать необходимость расширения услуг по уходу, определить экономический эффект от институционализации услуг по уходу и влияние на вовлечение женщин на рынок труда, решение проблемы безработицы и создания дополнительных рабочих мест, было проведено

исследование по неоплачиваемой работе женщин по уходу и институционализации услуг по уходу [Meurs M., Nugmanova M., et. al., 2020].

В ходе исследования было проведено моделирование воздействия затрат по уходу на занятость и влияние на бюджетные доходы; было обосновано, что расширение институционализации услуг по уходу является необходимостью для страны, так как способствует вовлечению женщин на рынок труда. Проектной командой были также разработаны рекомендации по усовершенствованию государственных услуг по уходу за детьми, как будущей производительной силы Казахстана, а также заботы об уязвимых слоях населения страны, которые являются равноправными гражданами страны.

В ходе проведенного анализа услуг, предоставляемых организациями дошкольного воспитания и образования, было выявлено, что существует недостаток предложения услуг по уходу и большой спрос со стороны населения на эти услуги, недостаточный объем государственного финансирования дошкольных организаций, высокие цены на услуги частных организаций по уходу и недоступность частных услуг для малообеспеченных семей [«Информационно-аналитический центр», 2019], [OECD, 2017], [«Балапан», 2010].

В ходе исследования было проведено обследование 300 домохозяйств в форме структурированного анкетирования для определения принципов распределения совокупной трудовой нагрузки между супругами, осуществляющих основной уход за детьми дошкольного возраста и другими зависимыми членами семьи.

Также было проведено экспертное интервью, где респонденты, 24 эксперта, сотрудники управления образования, руководители государственных и частных дошкольных организаций, и учреждений по уходу за престарелыми, дали качественную оценку влияния определенных параметров на переменные на основе своего знания и опыта. Результаты опроса были использованы для оценки мультипликативного эффекта расширения сектора социальных услуг.

В ходе исследования также было проведено моделирование (модель VAR – Vector Auto Regression): были построены статистические модели для установления влияния расходов на дошкольное образование и уход за зависимыми членами семьи на гендерно-чувствительные показатели экономического развития (трудоустройство женщин, налоговые поступления), развитие сферы дошкольного образования и другие экономические показатели.

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

– увеличение государственных расходов на институционализацию услуг по уходу за детьми и зависимыми членами семьи ведет к положительной динамике основных целевых показателей, а именно, к росту занятости женщин, увеличению налоговых поступлений госбюджета, в частности в виде индивидуального подоходного налога; росту показателя охвата детей дошкольным образованием;

– увеличение государственных инвестиций на институционализацию услуг по уходу освободит время женщин, затрачиваемое на неоплачиваемую работу по уходу за детьми и зависимыми членами семьи, создаст возможности для трудоустройства их на оплачиваемую работу, а также создаст дополнительные рабочие места в стране;

– было рассчитано, что при увеличении в 1 % расходов на дошкольное образование произойдет прирост численности занятых женщин, количества дошкольных организаций и мест в дошкольных организациях, численности детей в дошкольных организациях, численности педагогов и рост объема индивидуального подоходного налога.

При увеличении в 1% расходов на назначенные государственные социальные пособия произойдет прирост численности женской рабочей силы.

При увеличении в 1% расходов на назначенные государственные социальные пособия по инвалидности произойдет прирост численности женской рабочей силы.

Перечень источников ссылок

1. Maria F, Meurs M. Global Trends in Women's Access to Decent Work. Dialogue on Globalization Occasional Papers. Geneva: Friedrich Ebert Stiftung and International Labor Organization; 2009. No 43. May. Available from: <http://lastradainternational.org/lisidocs/06399.pdf>

2. Маркс К., Энгельс, Ф. Полное собрание сочинений Т. 42. С. 94. и Маркс К. Капитал, т. III. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 25, ч. II, с. 426.

3. Meurs M., Nugmanova M., Salimzhanova A., Zhaksylykov M., Yerbosynov T. Unpublished report to the UN Women Kazakhstan project «Study on Women's Unpaid Domestic Care Work in Kazakhstan», 2020.

4. АО «Информационно-аналитический центр», Национальный доклад о состоянии и развитии системы образования Республики Казахстан (по итогам 2018 года). Министерство образования и науки Республики Казахстан, 2019. 364 с. URL:http://iac.kz/sites/default/files/0_nacionalnyy_doklad_za_2018_god_final_s_oblozhkami_na_sayt_compressed_0.

5. OECD, 2017. Early childhood education and care: POLICY REVIEW. URL: <http://www.oecd.org/education/school/Early-Childhood-Education-and-Care-Policy-Review-Kazakhstan.pdf>.

6. Программа по обеспечению детей дошкольным воспитанием и обучением «Балапан» на 2010-2014 гг. bala-kkk.kz.

Овсюченко Ю. В.,

*к.э.н., доцент кафедры экономической кибернетики и
управления экономической безопасностью,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

Пересада Е. В.,

*старший преподаватель кафедры экономической кибернетики и
управления экономической безопасностью,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

АВТОМАТИЗАЦИЯ СИСТЕМ СИТУАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Метод ситуационного управления относится к наиболее актуальным и перспективным методам, позволяющим для широкого класса систем решать задачу поиска (в процессе адаптации) алгоритмов работы системы управления.

Обзор публикаций [1-5] позволяет сделать вывод, что:

– подавляющее большинство предлагаемых решений опирается на математические модели (количественные методы), с присущими им погрешностями;

– автоматизированными подобные системы являются только в части моделирования объекта управления, для принятия решения или ввода описания ситуации необходим ЛПР;

– основным источником для создания моделей управления объектами для ССУ являются знания экспертов, оперирующие терминологией в своей предметной области, т.е. в подавляющем большинстве качественными данными.

Цель исследования – разработать модель автоматизированной системы ситуационного управления процессами в социально-экономических системах, которая: близка к человеческому способу выражения знаний; основывается на экспертных знаниях в произвольной предметной области; выдает однозначный

результат; предполагает участие человека только в части создания/изменения моделей; достаточно просто реализуема.

В количественных методах делается неявное допущение, что человек однократно измеряет некоторый количественный параметр, и полученное значение является единственным, отражающим предпочтении ЛПР. Однако исследования психологов [6], а также практический опыт применения данных методов позволяют усомниться в правильности этого допущения.

Поэтому в основу разработки предлагаемой модели заложено использование качественной информации – экспертных знаний, получаемой от экспертов в терминах их предметной области.

Анализируя структуру и содержание форм представления экспертных знаний можно сделать следующие выводы:

– декларативные знания с механизмом реализации представляют собой уровень принятия решения – выбор стратегии, включающий мониторинг (*наблюдение*) и оценку показателей процесса, а также выбор схемы исполнения процесса, соответствующей текущему набору показателей процесса (*ориентация*);

– процедурные знания представляют собой план действий в виде схемы процесса (действие), включая принятие «прошитых» в схеме оперативных (тактических) решений в ситуациях, соответствующих текущему набору показателей процесса (решение)

Разделение этапов в модели по уровням управления показано на рис.1. Представленная на рис. 2 модель определяет структуру автоматизированной ССУ на основе качественных методов, включающей следующие элементы (см. рис. 2):

– блок оценки состояния процесса – СППР, определяющая к какому классу относится поступивший на вход набор значений показателей процесса. СППР построена на основе решающего правила, разработанного с использованием метода вербального анализа «ОРКЛАСС»;

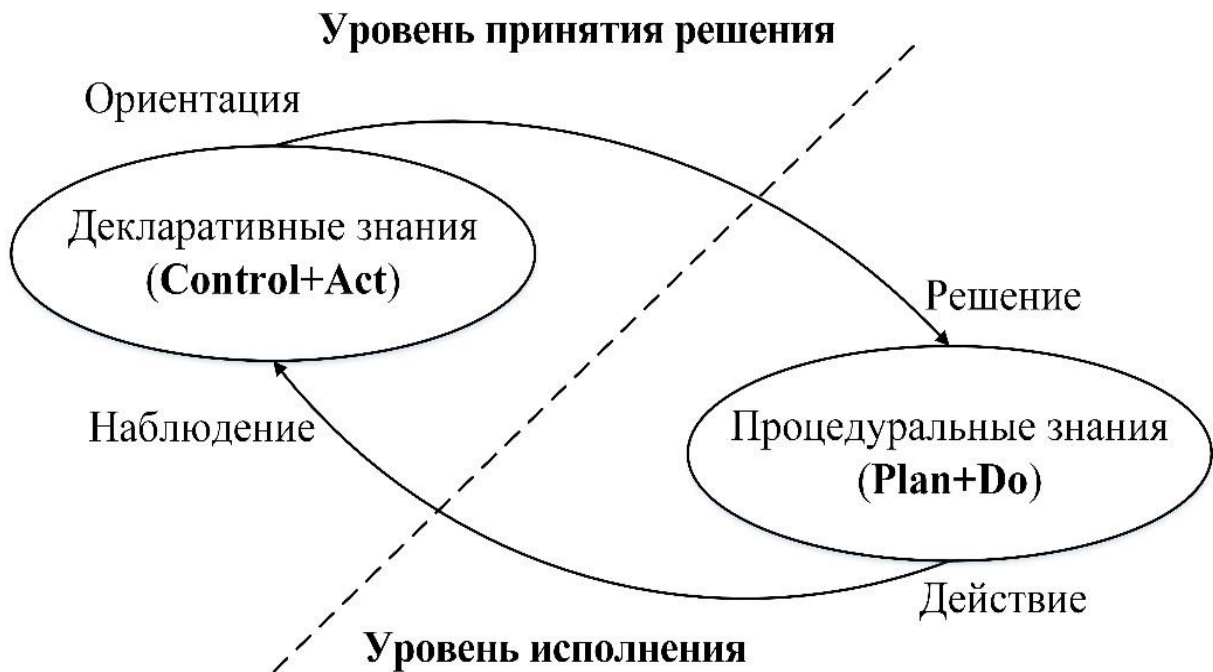


Рисунок 1 – Разделение этапов в модели по уровням управления

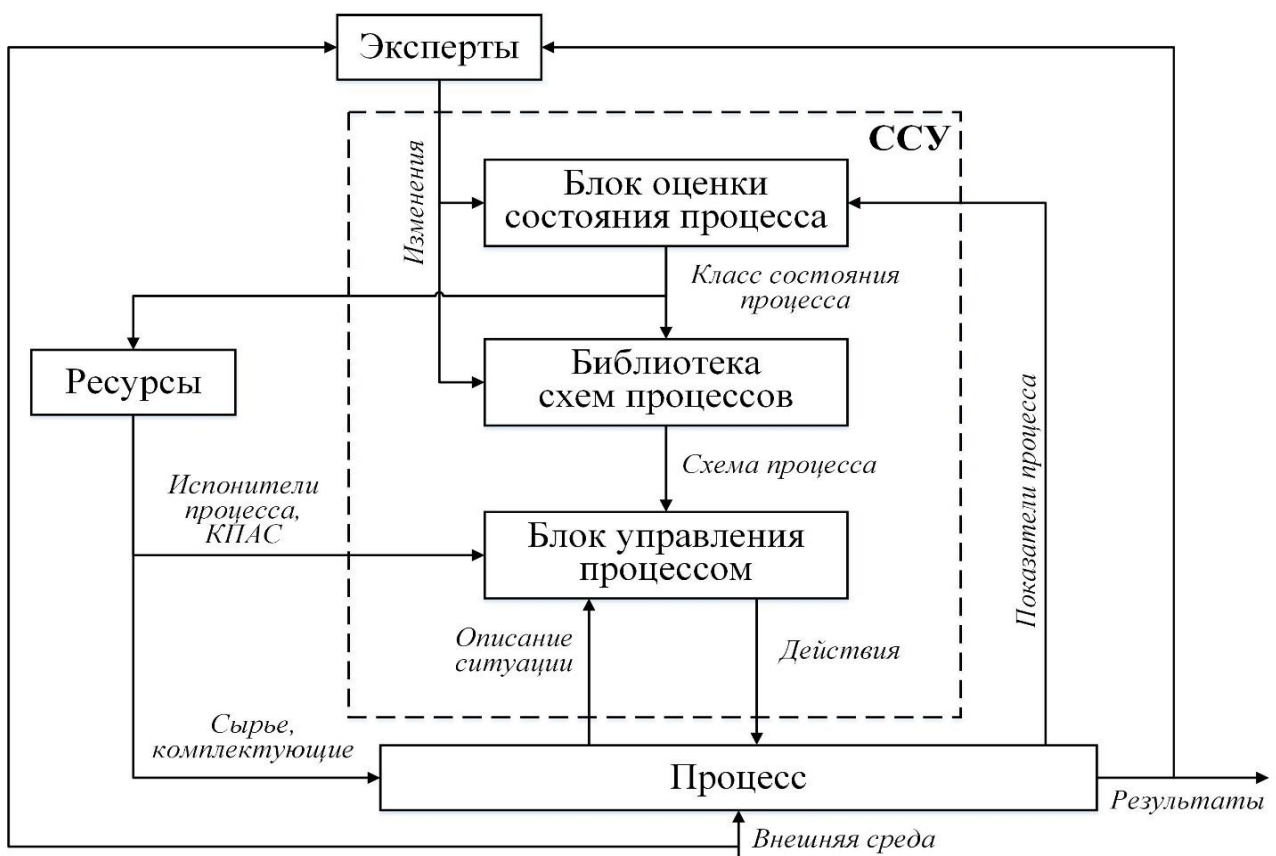


Рисунок 2 – Структура автоматизированной системы ситуационного управления на основе качественных методов

– библиотека схем процессов – схемы процессов, содержащих описание действий в ситуациях и относящиеся к классам, которые определены в СППР. Схемы разработаны на ЯМВР;

– блок управления процессом – исполнители процесса и КПАС, функционирующих в соответствии с выбранной схемой процесса;

– эксперты – вносят изменения в решающее правило и схемы процессов в случае отклонения результатов процесса от ожидаемых или для компенсации влияния внешней среды;

– ресурсы – набор ресурсов (исполнители процесса, КПАЗ, сырье и комплектующие), поступающих на входы блока управления процессом и процесса в зависимости от класса, к которому относится текущий набор значений показателей процесса.

В результате проведенных исследований разработана модель автоматизированной системы ситуационного управления процессами в социально-экономических системах, имеющая следующие особенности:

– основывается на экспертных знаниях в произвольной предметной области, выраженных качественным способом;

– выдает однозначный (не приближенный/округленный) результат;

– предполагает участие эксперта только в части создания/изменения моделей;

– включает в себя управление ресурсами (чего нет ни в одной из существующих моделей);

– позволяет создавать как автоматизированные, так автоматические системы управления;

После создания соответствующего программного обеспечения возможно создание подобных систем пользователями, у которых нет навыков программирования и управления знаниями.

Перечень источников ссылок

1. Гюльмамедов Р. Г. Метод построения стратегии в системах ситуационного управления. *Информационно-управляющие системы*. 2011. № 6. С. 36-39.
2. Ямпольский С. М., Костенко А. Н. Ситуационный подход к управлению организационно-техническими системами при планировании операции. *Наукоемкие технологии в космических исследованиях Земли*. 2016. Т. 8, № 2. С. 62–69.
3. Мелёхин В. Б., Шихалиева Н. Ш. Теоретические аспекты эффективного управления поведением социально-экономических объектов в нестабильной окружающей среде. *Интернет-журнал «Науковедение»*. 2014. Выпуск 4 (23), июль-август. URL: <http://naukovedenie.ru>
4. Yedilkhan D., Uskenbayeva R. K., Kurmangaliyeva B.K. Situational Management for Process Implementation of Working Operations of the Business. *Process SICE Annual Conference 2015*. Hangzhou, China, 2015. P. 391-397.
5. Гуца О. Н., Ельчанинов Д. Б., Порван А. П., Якубовская С. В. Системы поддержки принятия решений в управлении проектами, основанные на качественных методах. *Вісник НТУ «ХПИ». Серія: Системний аналіз, управління та інформаційні технології*. Харків: НТУ «ХПИ», 2017. № 3 (1225). С. 82-88. DOI: 10.20998/2413-3000.2017.1225.15.
6. Kahneman D., Slovic P., Tversky A. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. Cambridge: Cambridge Univ. press, 1982. 555 p.
7. Borchering K., Schmeier S., Weber M. Biases in multiattribute weight elicitation. *Contributions to decision research*. Ed. by J.-P. Caverni et al. Amsterdam: Elsevier, 1995. P. 3-28.
8. Von Winterfeldt D., Fischer G.W. Multiattribute utility theory: Models and assessment procedures. *Utility, probability and human decision making*. Ed. by D. Wendt, C. Vlek. Dordrecht: Reidel, 1975. P. 47-86.

Пархоменко Н. О.,

*к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу
та економічного аналізу*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Первушина О. О.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Враховуючи особливості стратегічного менеджменту та міжнародного маркетингу, сформуємо алгоритм формування міжнародної маркетингової стратегії підприємства. Основною проблемою при розробці стратегії міжнародної маркетингової діяльності підприємств є необхідність адаптації до умов різних зовнішніх ринків, інтенсивність зовнішньоекономічної діяльності, застосування інноваційних методів, технологій та форм міжнародного бізнесу підприємств на усіх стадіях міжнародної діяльності.

Найчастіше вітчизняні підприємства використовують стратегію непрямой експортної діяльності, коли більшість функцій перекладається на посередників. При формування міжнародної маркетингової стратегії необхідно врахувати: стадію життєвого циклу; структуру галузі; сутність і потужність конкурентних сил (постачальники, покупці, конкуренція, товари-субститути, потенційні продавці), масштаби діяльності конкурентів [1-3, 6].

Формування міжнародної маркетингової стратегії здійснюється в декілька етапів. На рис. 1 представлено процес розробки міжнародної маркетингової стратегії підприємства.

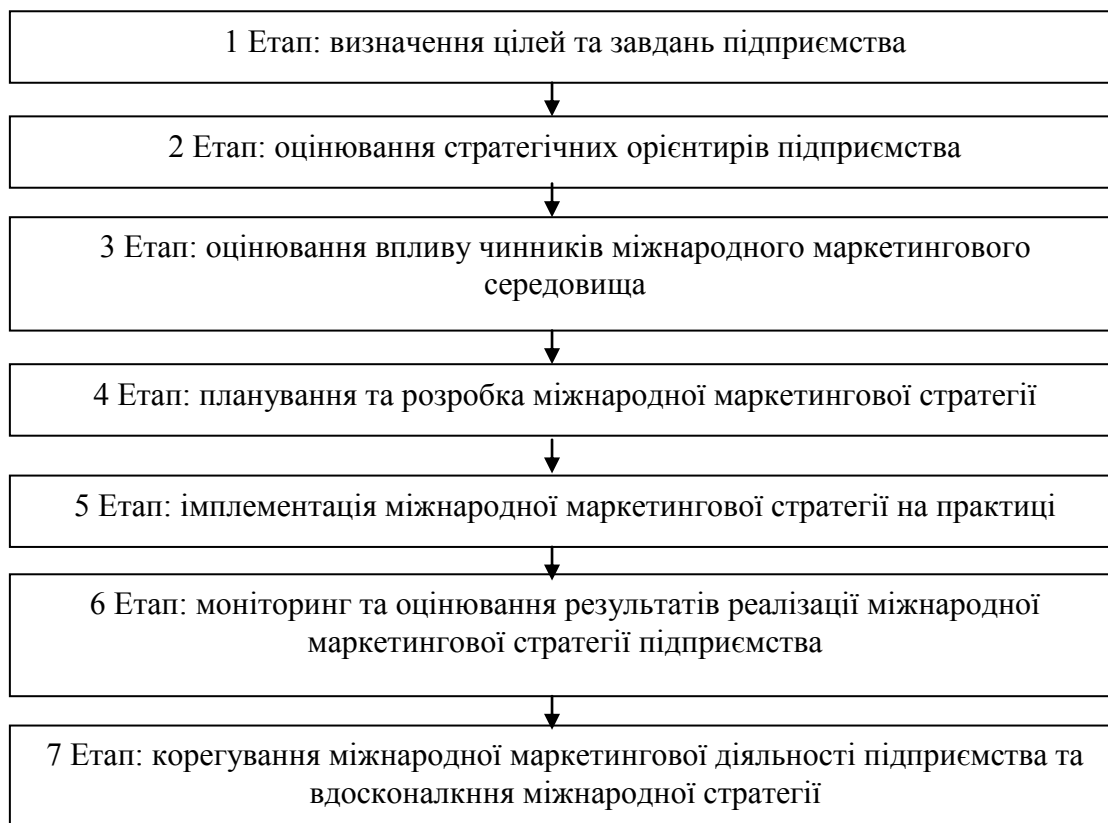


Рисунок 1 – Процес розробки міжнародної маркетингової стратегії підприємства [4-5]

Перш за все виявляються конкурентні переваги підприємства. Для оцінки можливостей виходу підприємства на зовнішній ринок проводиться аналіз чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, порівняння підприємств із конкурентами, визначення очікувань споживачів та партнерів. Підприємство визначає загрози та можливості зовнішніх ринків, сильні та слабкі сторони як відповідний потенціал діяльності. Наступним етапом є розробка базової маркетингової стратегії. У загальному вигляді міжнародну маркетингову стратегію можна визначити як схему майбутньої діяльності підприємства для досягнення певної комерційної мети за певних можливостей в означений термін часу.

Виходячи із послідовності дій з розробки міжнародної маркетингової стратегії (рис. 1), одним із питань є розробка алгоритму забезпечення маркетингових заходів, які охоплюють послідовність виконання необхідних

управлінських функцій: субординація завдань, пов'язаних з реалізацією місії підприємства; формування бізнес-портфеля, розробка концепції експортного товару, товарної стратегії, поліпшення якості; вивчення ринків, у тому числі чинників маркетингового середовища; вибору найбільш привабливих ринків; формування попиту та стимулювання збуту експортної продукції, в тому числі реклама експортної продукції на зовнішніх ринках. Процес розробки міжнародної маркетингової стратегії починається з розробки загальної стратегії підприємства, узгодження з цілями інтернаціоналізації.

Отже, після оцінки можливостей і ринкових потреб підприємства визначаються цілі міжнародної діяльності, що передбачає дослідження умов та кон'юнктури зарубіжних ринків, а саме: факторів макро- та мікросередовища, особливостей мотивацій споживачів; умов реалізації міжнародної маркетингової діяльності; дослідження обставин, які характеризують ставлення до зарубіжного підприємництва тощо.

Наступним кроком, який ґрунтується на отриманій інформації, ринковій ситуації, маркетинговім потенціалу підприємства є альтернативний вибір оперативних рішень щодо розміщення виробництва експортної продукції, організації зарубіжних представництв, продуктової та ринкової стратегії, системи просування.

Маркетингова стратегія міжнародної діяльності підприємства має бути досить гнучкою, має передбачати багатоваріантність дій та можливість змін на різних етапах реалізації.

Досвід зарубіжних компаній показує, що у процесі стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю повинні узгоджуватися завдання, регулюючі інструменти і механізми контролю з різними рівнями інтернаціоналізації управлінської діяльності підприємства [2-3]. Це створює сприятливі умови для розвитку підприємства і посилює можливості формування конкурентних переваг у складному і непередбачуваному середовищі зовнішнього ринку.

Важливим аспектом вибору стратегічних альтернатив в міжнародній маркетинговій діяльності є ступінь обґрунтованості управлінських рішень, що обумовлює успіх реалізації цілей в умовах глобального середовища, а також національних інтересів, спрямованих на підтримання економічної безпеки.

Перелік джерел посилання

1. Agnihotri P. International Marketing Strategies For Global Competitiveness URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.6748&rep=rep1&type=pdf>
2. Doole I. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. South Western Educational Publishing, 2008. 462 p.
3. International marketing. Edited by Yuriy Kozak , Sławomir Smyczek. Kiev-Katowice: CUL , 2015. 279 p.
4. Джадан І. М. Підходи до трактування сутності міжнародної стратегії маркетингу промислового підприємства. *Технологический аудит и резервы производства*. 2014. № 6(2). С. 7-12.
5. Співаковська Т. В. Формування міжнародної маркетингової стратегії. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1845>.
6. Шталь Т. В. Формування міжнародної маркетингової стратегії виходу компанії на зовнішній ринок. *Бізнес Інформ*. 2018. № 1. С. 345-351.

Перепелюкова О. В.,

*к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу та
економічного аналізу,*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Красільнікова Д. П.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Питання розвитку ринку праці у сучасних умовах постає гостро, адже пандемія негативно вплинула на головний економічний ресурс – працездатне населення України. Спеціалісти втрачають роботу, малий бізнес не витримує сьогоденних реалій, а держава не пропонує роботу. Тому особливої актуальності набуває швидке вирішення даної проблеми, треба визначитися з майбутніми рішеннями на ринку праці, щоб не тільки зберегти робочі місця і врятувати бізнеси, а і розвинути український ринок у економічно нелегкий час.

За період карантину з 12 березня 2020 року по кінець вересня 2020 року Державною службою зайнятості було зареєстровано 504 тис. нових безробітних осіб, що на 56% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Станом на 1 жовтня в Україні налічується 433 тис. безробітних осіб [1].

Так, у (табл. 1) наведено кількість вакансій та кількість безробітних в Україні станом на жовтень 2020 року за професійними групами. Як видно з рис. 1., найбільше безробітних у сфері послуг та торгівлі (76,2 тис. осіб), робітників машинного виробництва (67,2 тис. осіб) та законодавців, вищих державних службовців, керівників та менеджерів (66,9 тис. осіб). Скорочення у сфері готельно-ресторанного бізнесу, туризму та перевезень цілком є очевидними через заборону держави на їхню працю, тим часом, змінився вектор, і тепер поширюється дистанційна робота: ІТ-спеціалісти, викладачі, що працюють онлайн та кур'єри.

Таблиця 1 – Кількість вакансій та безробітних станом на жовтень 2020 року (за професійними групами)

Показник	Кількість вакансій, одиниць	Кількість безробітних, осіб	Кількість претендентів на 1 вакансію, осіб
Усього	68 432	433 382	6
з них: за професійними групами			
Законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери (управителі)	3 486	66 094	19
Професіонали	8 318	44 105	5
Фахівці	7 714	49 968	6
Технічні службовці	2 730	26 149	10
Працівники сфери торгівлі та послуг	9 212	76 244	8
Кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств та рибальства	762	10 730	14
Кваліфіковані робітники з інструментом	14 532	42 157	3
Робітники з обслуговування, складання, устаткування машин	13 701	67 152	5
Найпростіші професії	7 977	50 783	6

Ті професії, що не можуть бути переведені на дистанційну роботу, такі як: спеціалісти обслуговування, на виробництві чи будівництві – переживають складний час, але компанії можуть знайти вихід із ситуації і самостійно організувати трансфер працівників, обмежуючи їх контакт з іншими людьми та скасовувати колективні зустрічі.

З іншого боку, пандемія дала поштовх кандидатів до самостійного вивчення і саморозвитку працездатного населення, наприклад, учителі, що перейшли на онлайн викладання, мають змогу освоїти комп'ютерну грамоту, нові принципи викладання; офісні працівники лишаяться у цей час можуть актуалізувати свої знання до сучасних нових реалій ведення документації, проведення спів розмов і т.п.

Різниця між попитом на робочу силу в Україні за жовтень цього року і аналогічний період минулого наведено на (рис. 1) [3]. З рис. 1. видно, що ринок праці менш доступний для працівників промисловості (на 78,3 % менше

пропозицій і вакансій у порівнянні з 2019 роком), сфери охорони здоров'я (43,5).

Активність у попиті на роботу складають кандидати старшого віку, за гендерним розподілом – 63% відсотки від загальної частки кандидатів на ринку праці – чоловіки.

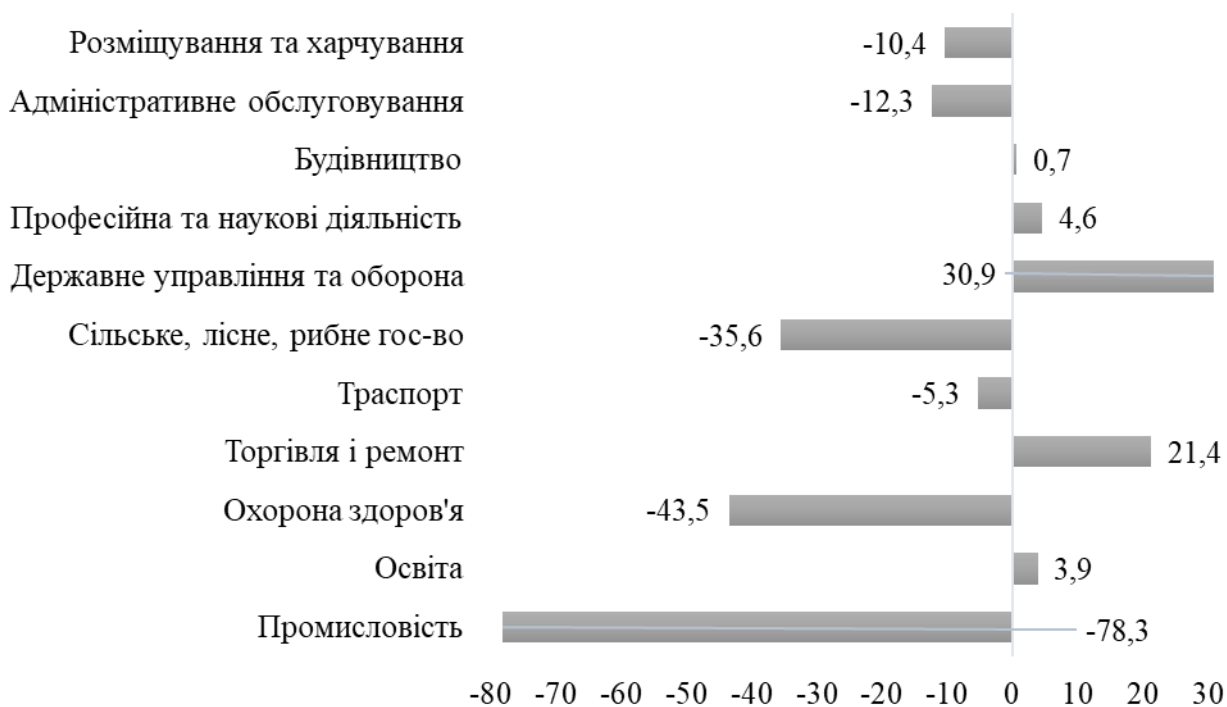


Рисунок 1 – Зміна потреби у кадрах станом на 1 жовтня 2020 року у порівнянні з даними аналогічного періоду 2019 року (%)

Досить важко передбачити ситуацію з пандемією у майбутньому і складно прогнозувати, коли бізнес почне оговтуватися та пропонувати робочі місця. Зрозуміло, що без роботи люди точно не залишаться. Варто мати надію, що основна хвиля скорочення робочих місць та звільнень уже у минулому, і треба орієнтуватися на краще.

Для покращення та стабілізації ситуації бізнесу необхідно зробити все можливе для того, щоб захистити своїх працівників. Не звільняти, коли ринок акцій обвалюється, а шукати альтернативу – роботу з дому, перекваліфікацію, вкладати сили та бюджет в освіту персоналу [2]. Якщо співробітнику дійсно

нема чим платити – вирішити питання на деякий час до покращення ситуації – відправити у відпустку, запропонувати перейти на неповний робочий день або тимчасово перевести на іншу роботу на тому ж підприємстві або на іншому на короткий термін.

В даній ситуації Україна мусить не забувати про безробітне населення – треба збільшити мінімальний розмір допомоги по безробіттю, виплачувати допомогу усім безробітним з першого дня та допомагати у пошуках нової роботи.

З іншого боку, державі треба максимально бути зацікавленою у підтримці підприємців [1]. Закрити бізнес – це легко, а відкрити потім знов – у рази складніше. Беручи у приклад ЄС у цей же час, Польща виділяє близько 70 млрд євро на підтримку польського бізнесу, і коли світ вийде з пандемічної кризи – польські підприємства вже матимуть фінансову подушку для своєї діяльності.

Без втручання держави у дану пандемічну проблему ситуація на ринку праці не змінити. Для порятунку економіки, варто звернути увагу на те, що треба направити на українські підприємства бюджетні державні замовлення, не закуповувати продукцію з інших країні, звісно, фінансувати розвиток вітчизняної інфраструктури. За рахунок впровадження відповідних заходів за допомогою державного втручання можливо стабілізувати ситуацію на ринку праці та зменшити темпи зростання безробіття серед працездатного населення.

Перелік джерел посилання

1. Іщенко Г. Стабільність на ринку праці. *Урядовий кур'єр*. 2006. № 11. С. 19-23.
2. Кисільова Т. Ринок праці в умовах кризи. *Юридичний Вісник України*. 2008. № 47. С. 10-14.
3. Офіційний сайт Державного центру зайнятості України URL: <https://www.dcz.gov.ua/>.

Пересада О. В.,

старший викладач кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Постіндустріальна епоха характеризується розвитком електронного середовища та переходом до інформаційної цивілізації. У зв'язку з цим значна увага приділяється розвитку цифрової економіки. Базовим орієнтиром для країн ЄС при побудові цифрової економіки є Цифровий порядок (2010), який визначив заходи по досягненню конкретних цілей до 2020 року. Важливою складовою Цифрового порядку ЄС є створення Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market).

В умовах третьої хвилі глобалізації важливу роль в розвитку країн відіграє цифрова економіка, найголовнішим фактором якої є інформація та знання, а також шляхи доступу до них. Цифрова економіка – це не окрема галузь, а віртуальне середовище, яке доповнює нашу реальність. Все частіше цифрова економіка переплітається з традиційною економікою, що робить чітке розмежування між галузями все складнішим. Основними продуктами цифрової економіки є ті ж самі товари і послуги традиційної економіки, що надаються за допомогою цифрових систем і комп'ютерного обладнання (мережі Інтернет). Це має свої переваги, головною з яких є підвищення доступності користувачів до певних ринків, а не лише великих компаній, зниження трансакційних витрат, підвищення ефективності і конкурентоспроможності. Водночас слід зазначити, що серед науковців не існує єдиного підходу до визначення поняття цифрової економіки. У класичному розумінні «цифрова економіка» – це діяльність, в якій ключовими факторами виробництва є цифрові дані та їх використання, що

дозволяє суттєво збільшити ефективність у різних видах економічної діяльності. Також «цифровою економікою» називають економіку, котра застосовує цифрові технології та сервіси [1].

Узагальнюючи існуючі визначення цифрової економіки, слід зазначити, що у більшості визначень превалює компонентний підхід під час розгляду економічної сутності цифрової економіки. Так, Міжнародна організація OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) та, вчений Томас Мезенбург виділяють три основні компоненти цифрової економіки [2]: підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.); електронний бізнес або e-business бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес- процесів через комп'ютерні мережі); електронна комерція або e-commerce (дистрибуція через Інтернет). Цифрова економіка виступає основою Четвертої промислової революції [3] та третьої хвилі глобалізації. Характерною особливістю цифрової економіки – це її зв'язок з економікою на вимогу (on- demand economy), яка передбачає не продаж товарів і послуг, а отримання доступу до них саме в той момент, коли це потрібно. Переваги економіки на вимогу це: висока швидкість отримання необхідної послуги або товару; зниження їх вартості; спрощення виходу постачальників товарів і послуг на користувачів. Для успішного формування цифрової економіки потрібні ефективно функціонуючі три компоненти [4]: нормативно-правова база, яка б сприяла конкуренції і виходу на ринок, дозволяла фірмам повною мірою використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій; навички, необхідні працівникам, бізнесменам, державним службовцям, для використання можливостей цифрових технологій; ефективні і підзвітні інститути, що використовують інтернет для розширення прав і можливостей громадян. А такі чинники сприяння розвитку, як цифрові фінансові послуги, цифрова ідентифікація, соціальні мережі і відкриті дані, використання технології блокчейн поширюють вигоди на всю економіку і на все суспільство.

У [4] наведені результати дослідження Світового банку щодо фактичного та потенційного впливу цифрових технологій на малозабезпечених та забезпечених працюючих та споживачів за такими напрямками: створення робочих місць, підвищення продуктивності праці, переваги для споживачів. Сьогодні більші переваги від використання цифрових технологій мають забезпечені працюючі та споживачі. Щодо потенційного впливу в майбутньому, то не тільки забезпечені, але й малозабезпечені працюючі та споживачі матимуть значні переваги, зокрема в частині підвищення продуктивності праці та переваг для споживачів. Втім, в умовах розвитку цифрової економіки актуальною залишається проблема забезпечення цифрових дивідендів для кожного громадянина з врахуванням того, що цифрові технології змінюють бізнес- моделі, характер праці та способи надання послуг (наглядним прикладом є надання послуг фірмою Uber).

На сьогодні як для національної, так і глобальної економіки, актуальною є проблема забезпечення ефективності цифрових технологій та посилення їх позитивного впливу на економічне зростання та соціально- економічний розвиток країн. У зв'язку з цим більшість вчених і практиків вважають пріоритетним завданням в глобальному масштабі підвищення доступності до Інтернету, в т.ч. і ціно. Що ж до України, то за даними американського веб-сайту Speedtest.net, який використовують для аналізу пропускну швидкості Інтернету, Україна має досить розвинутий швидкий ширококутний інтернет, але мобільний інтернет у неї повільний. Україна займає 39-ю позицію зі 133 країн за швидкістю ширококутного Інтернету (Fixed Broadband) поряд з Ірландією (37), Польщею (38), Росією (40), Естонією (41). У рейтингу мобільного Інтернету Україна лише на 109 місці зі 122-х.

Ключовою стратегією розвитку цифрової економіки в Україні має стати «цифровізація» країни, формування внутрішнього ринку ІКТ та у споживачів мотивацій та потреб. Розвинена цифрова інфраструктура – основа розвитку цифрової економіки. Для оцінки рівня використання ІКТ при визначенні

рейтингу WEF використовують чотири показники: кількість інтернеткористувачів, підключення до широкосмугового Інтернету, пропускна спроможність Інтернету, мобільні підключення до широкосмугового зв'язку.

На сьогодні цифрова економіка виступає ефективною основою розвитку системи державного управління, економіки, бізнесу, соціальної сфери і всього суспільства. Формування цифрової економіки – це також питання національної безпеки і незалежності України, конкуренції вітчизняних компаній, позиції країни на світовій арені на довгострокову перспективу. Ключовою стратегією щодо «цифровізації» України має стати робота з внутрішнім ринком, а ключовими ініціативами – формування у споживачів (бізнес, держава, громадяни) мотивацій та потреб у «цифрових технологіях».

Перелік джерел посилання

1. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально. URL: [http:// biz.nv.ua/ukr/](http://biz.nv.ua/ukr/)
2. The Concept of a 'Digital Economy' URL: <http://odec.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy/>.
3. Richard G. Lipsey. Transformative Technologies in the Past Present and Future: Implications for the U.S. *Economy and U.S Economic Policy/ ITIF Breakfast Forum*. July 2007.
4. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка. 2016. URL: <http://documents.worldbank.org/>.

Петряєва З. Ф.,

*к.е.н., професор, професор кафедри міжнародного бізнесу
та економічного аналізу,*

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Лабзєв О. Ю.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЮ ТАЄМНИЦЕЮ

Статистика останніх років свідчить про невідпинне зростання кількості економічних злочинів, пов'язаних з незаконним отриманням і оборотом відомостей, що мають велику цінність для бізнесу. Саме тому суб'єкти, що залучені своєю діяльністю у цій сфері, вже не перший рік стурбовані проблемою охороноспроможності своїх конфіденційних даних. Особливої уваги заслуговує комерційна таємниця.

Метою дослідження є відповідь на питання яку інформацію слід захищати комерційною таємницею задля безпеки підприємства.

Важливим є зазначити, що законодавець, визначаючи засоби захисту комерційної таємниці, застосовує два підходи. Розглянемо їх у таблиці 1.

Таблиця 1 – Підходи до захисту комерційної таємниці

Назва підходу	Визначення
Абсолютного захисту	захищає комерційну таємницю як об'єкт інтелектуальної власності від посягань будь-яких третіх осіб
Відносного захисту	передбачає захист нелегкодоступної та незагальновідомої комерційної інформації, щодо якої вжито заходів збереження її таємності, від актів недобросовісної конкуренції

Виходячи з підходів, наведених у таблиці 1, можна сказати, що перший підхід є відносно новим для національного законодавства і виконує функцію загального захисту комерційної таємниці.

У свою чергу, другий підхід, притаманний конкурентному та адміністративному праву, де питання інформації стоїть дуже гостро, оскільки являє собою цінний складник професійної діяльності сучасного суспільства. Представники інформаційно-правової науки здійснювали свої дослідження в цьому напрямку, визначали таємну інформацію як відомості, «що становлять державну або іншу передбачену законом таємницю (банківську, комерційну, службову, професійну, адвокатську, тощо), розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі».

Згідно з постановою Кабінету Міністрів України «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці» від 9 серпня 1993 року № 611[1] не можуть бути комерційною таємницею:

1) установчі документи, документи, що дозволяють займатися підприємницькою діяльністю та її окремими видами.;

2) інформація за всіма встановленими формами державної звітності. До даних державної звітності належать дані податкової, фінансової (бухгалтерської), статистичної та інших видів звітності, встановлених законом;

3) документи про платоспроможність;

4) дані, необхідні для перевірки обчислення і сплати податків та інших обов'язкових платежів;

5) документи про сплату податків і обов'язкових платежів;

6) документи, на підставі яких встановлюються об'єкт, база і ставки нарахування податків (книги обліку продажу і придбання, податкові накладні, первинні розрахункові та облікові документи, документи про рух коштів тощо);

7) відомості про чисельність і склад працівників, їхню заробітну плату в цілому та за професіями й посадами, а також наявність вільних робочих місць (колективний договір, штатний розклад, таблиці обліку робочого часу тощо);

8) інформація про забруднення навколишнього природного середовища, недотримання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також інші порушення законодавства України та розміри заподіяних при цьому збитків;

9) відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню

З проаналізованої інформації можемо простежити певні закономірності і підсумувати їх на рисунку 1.



Рисунок 1 – Особливості формування комерційної таємниці

Виходячи з аналізу законодавства – можемо зробити висновок, що комерційна таємниця – відомості та інформація, збереження яких у таємниці важливо для підприємства, при цьому ці відомості та інформація не є державною таємницею та їх засекреченість не забороняється законом. Згідно із частиною 2 статті 505 Цивільного кодексу України [2] комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці. Наприклад рецепт може бути комерційною таємницею, а склад продукту – ні.

Перелік джерел посилання

1. Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці : Постанова Кабінету міністрів України від 09.08.1993. № 611. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/611-93-п>.

2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2003. № 40-44. 356 с. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435153>.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Ал-Касеасбех Ахмад Закарія Саламех,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання інформація є визначальним чинником, що характеризує рівень безпеки підприємницької діяльності. Більш висока поінформованість (за умови, що інформація достовірна) дозволяє мінімізувати ризики та створити конкурентну перевагу.

З метою забезпечення економічної безпеки бізнесу під інформацією слід розуміти певний арсенал відомостей про фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання, які є основою прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів його безпечного функціонування та динамічного розвитку [1].

Центральне місце у складі інформаційного забезпечення економічної безпеки підприємства відводиться обліково-аналітичній інформації, під якою розуміють економічні відомості про осіб, факти, явища та процеси, що відбуваються у будь-якому господарюючому суб'єкті, отримані в результаті обліку, аналізу і синтезу.

Обліково-аналітична інформація є інформаційним ресурсом управління системою економічної безпеки підприємства, вона утворюється в процесі реалізації трьох функцій управління: обліку, аналізу та синтезу. При цьому облік є базою для аналізу, а результати аналізу, у свою чергу, є підставою для

проведення синтезу та надання відомостей потенційному користувачеві цієї інформації.

Обліково-аналітична інформація в системі економічної безпеки підприємства базується на обліковій (бухгалтерській) інформації, що містить оперативні дані, а також статистичній інформації, що поряд з бухгалтерськими даними використовується для аналізу [2]. Характеристика категорії «обліково-аналітична інформація» розкривається, головним чином, через зміст понять «облікова інформація» та «аналітична інформація».

В залежності від вимог, що висуваються до облікової інформації, вона може володіти різними комбінаціями притаманних їй властивостей і відрізнятися характерними особливостями. Зокрема в системі економічної безпеки підприємства найбільш важливим є розмежування облікової інформації по відношенню до її відкритості та основних користувачів на інформацію фінансового обліку, яка узагальнюється у фінансовій звітності та інформацію управлінського обліку, що фіксується у внутрішній звітності підприємства. Такий поділ обумовлений вимогами до забезпечення збереження комерційної таємниці діяльності підприємства.

Відповідно до теорії аналізу господарської діяльності під аналітичною інформацією розуміють відомості про забезпеченість і використання ресурсів підприємства та ефективну організацію його процесів. Формування аналітичної інформації відбувається на основі даних фінансового та управлінського обліку, а також інформації, отриманої з альтернативних джерел.

Створення раціонального потоку обліково-аналітичної інформації в системі економічної безпеки підприємства спирається на певні принципи, серед яких основними є: виявлення інформаційних потреб і способів найбільш ефективного їхнього задоволення; об'єктивність відображення процесів фінансово-господарської діяльності; єдність інформації, що надходить з різних джерел; оперативність інформації; підвищення коефіцієнта її достовірності. Саме достовірність є основною якісною характеристикою обліково-аналітичної

інформації, що знижує ризик впливу зовнішніх та внутрішніх загроз на економічну безпеку підприємства [3, 4].

Користувачам інформації необхідно розробляти внутрішні механізми перевірки достовірності фінансової звітності потенційних партнерів чи інших контрагентів з метою: діагностування їхнього реального фінансово-господарського стану з метою недопущення виникнення загрози співпраці з потенційним банкрутом; точної оцінки їхньої фінансової надійності при здійсненні партнерських відносин; підготовки інформації для прийняття управлінських рішень стосовно співпраці з партнерами в умовах виявлених загроз та небезпек; максимально повного інформаційного забезпечення системи економічної безпеки власного підприємств.

Впровадження таких механізмів є одним із основних завдань аналітика з питань фінансово-економічної безпеки.

Перелік джерел посилання

1. Шепелюк В. А. Дефініції поняття «інформація» для обліково-аналітичного забезпечення в управлінні економічною безпекою підприємства. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія : Економічні науки.* 2017. № 1. С. 185-191.

2. Будько О. В. Обліково-аналітична інформація в системі інформаційного забезпечення сталого розвитку. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2019. № 3. С. 252-257.

3. Абакуменко О. І., Базілінська О. Я., Бурденко І. М., Гавриленко Н. І., Горшунова І. В. Концептуальні засади формування фінансово-економічної безпеки: колект. монографія; ред.: С. М. Шкарлет; Черніг. нац. технол. ун-т. Ніжин: Лук'яненко В. В.: Орхідея, 2015. 440 с.

4. Будько О. В. Класифікація обліково-аналітичної інформації з метою інформаційного забезпечення управління сталим розвитком підприємства. *Інноваційна економіка.* 2015. № 1. С. 207-212.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Алзубі Лайт,

аспірант,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств є одним з найважливіших елементів забезпечення їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. Інвестиції, які спрямовані в інновації, є інструментом забезпечення ефективності діяльності підприємств у конкурентному бізнес-середовищі.

Дослідженням змісту та основних дефеніцій в контексті інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства присвятили свої роботи багато вчених, серед яких: Т. С. Задніпряна [1], М. Н. Іванов [2], В. В. Немченко, В. В. Зеленьак [3], О. В. Рижко [4], В. І. Чобіток [5] та інші. Проте, різноманітність поглядів авторів щодо визначення змісту базових понять у цій площині обумовлює необхідність подальшого наукового пошуку в межах предметної області.

Автор Т. С. Задніпряна визначає інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства як складну динамічну стохастичну систему, що складається з різних за своєю природою процесів та включає: інноваційний процес; процеси організаційно-економічного, інвестиційного та соціокультурного забезпечення нововведень [1].

Науковець М. Н. Іванов вважає, що «інноваційно-інвестиційна діяльність – це системний процес, що відображає комплексне забезпечення взаємодії між виробництвом, інноваціями та інвестиціями на рівні регіону за рахунок інтеграції зв'язків як «знизу», від підприємств, так і «згори», від центру, з метою досягнення соціально-економічного ефекту розвитку регіону [2].

На думку В. В. Немченко і В. В. Зеленьак, уміле поєднання інноваційної діяльності з ефективним використанням залучених інвестицій забезпечує конкурентоздатність продукції підприємства на ринку товарів та послуг [3].

На здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств впливають безліч факторів, які можна поділити на зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні), що наведено на рис. 1.

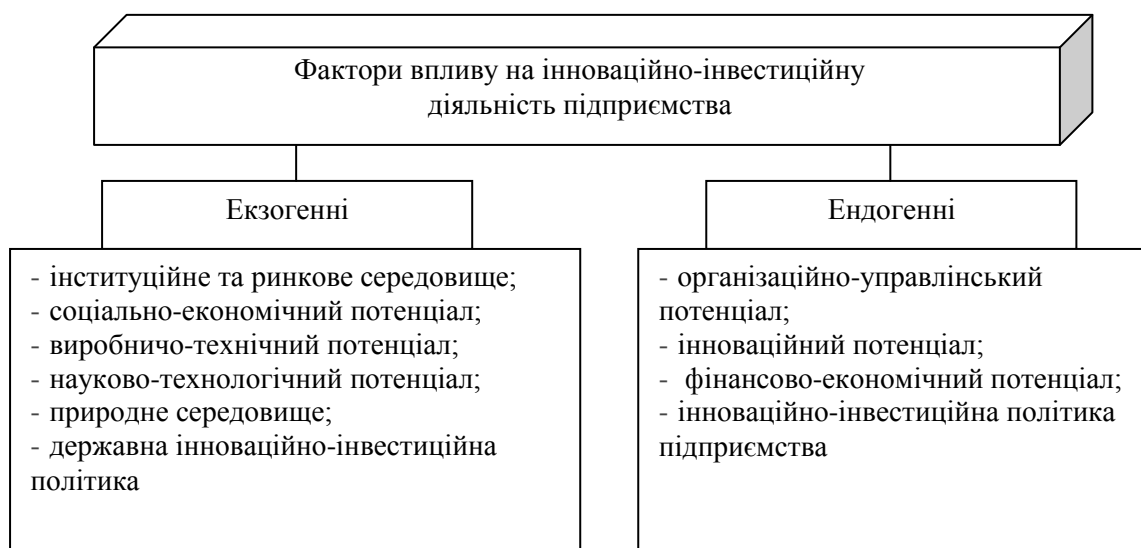


Рисунок 1 – Фактори впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства

Джерело: складено авторами на основі [4]

Дослідник В. І. Чобіток зазначає, що проблеми, які виникають при проведенні ефективної інноваційно-інвестиційної діяльності пов'язані з

загостренням конкуренції на інвестиційному ринку та посилюється їх специфікою, а саме: тривалий цикл інноваційно-інвестиційних проектів, недостатність джерел фінансування, необхідність обґрунтування пріоритетів при розподілі ресурсів та інше. Стан економіки України вимагає не тільки оновлення, а і структурних змін усїєї системи господарського пристрою, та, передусім, створення умов для розвитку промислового виробництва на інноваційно-інвестиційній платформі, що особливо важливо в умовах жорсткої конкурентної боротьби за технологічні переваги економіки в майбутньому [5].

Таким чином, активізація інноваційно-інвестиційної діяльності та пошук шляхів поліпшення її фінансового забезпечення сприятиме економічному розвитку підприємств та зміцненню їх виробничого потенціалу.

Перелік джерел посилання

1. Задніпряна Т. С. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 1 (23). С. 203-205.
2. Іванов М. Н. Підвищення ефективності функціонування регіональних економічних систем на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності. *Схід: Спецвипуск*. 2011. № 1 (108). С. 79-82.
3. Немченко В. В. Ризики інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Т. 7, Вип. 4. С. 73-79.
4. Рижко О. В. Фактори впливу на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктів малого бізнесу. *Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки*. 2017. № 4(2). С. 73-79.
5. Чобіток В. І. Формування системи оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств. *Соціальна економіка*. 2017. № 1. С. 135-139.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Кисліченко А. П.,

аспірант,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки України господарська діяльність підприємств супроводжується низкою тенденцій на макрорівні, які можуть негативно вплинути на фінансово-економічні результати їх діяльності, зокрема, інфляційні процеси, політична та економічна нестабільність, геополітичні події в країні, недосконалість законодавства тощо. За таких умов інвестиції в інноваційний капітал підприємства є необхідною передумовою забезпечення його конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках.

Теоретико-методичні аспекти інноваційного потенціалу підприємства досліджувалися у роботах багатьох авторів, серед яких: Н. І. Верхоглядова, І. О. Каширнікова [1], Л. М. Гаєвська [2], І. Ю. Єпіфанова, Д. О. Гладка [3], І. П. Сидорчук [4], І. Г. Яненкова, Н. П. Бабкова-Пилипенко [5] та інші. Проте на сучасному етапі немає єдиного підходу до визначення інноваційного потенціалу підприємства, що викликає необхідність подальшого наукового пошуку.

Досліджуючи дану проблематику, науковці Н. І. Верхоглядова і І. О. Каширнікова запропонували авторське визначення інноваційного потенціалу як «органічне поєднання ресурсів (інформаційних, фінансових, матеріальних та нематеріальних) з можливостями підприємства, а також здатність та готовність до їх використання під впливом внутрішніх та

зовнішніх чинників шляхом реалізації системи злагоджених дій по розробці та впровадженню інновацій з метою досягнення інноваційних цілей підприємства» [1]. Автори також узагальнили підходи до його визначення у такі групи: як сукупність різних видів ресурсів, що можуть бути використані для здійснення інноваційної діяльності; як спроможність (здатність) підприємства до розробки та впровадження інновацій; як ступінь готовності до здійснення інноваційної діяльності та досягнення інноваційної мети; як сукупність можливостей в інноваційній діяльності підприємства; як система дій, заходів до розробки освоєння та впровадження інновацій; комплексний підхід до визначення інноваційного потенціалу підприємства [1].

Автор Л. М. Гаєвська [2, с.192] вважає, що інноваційний потенціал є комплексною характеристикою спроможності підприємства до його інноваційної діяльності та стратегічною здатністю підприємства до реалізації невикористаних можливостей інноваційних ресурсів.

Дослідники І. Ю. Єпіфанова і Д. О. Гладка виділяють основні підходи до визначення поняття інноваційного потенціалу підприємства [3]:

- з точки зору наявних ресурсів;
- з точки зору можливості використання ресурсів.

Складовими інноваційного потенціалу, на думку І. Ю. Єпіфанової та Д. О. Гладкої є: ринок, ерудованість, працівники, техніко-технологічна складова, інформаційно-довідкова, взаємодія, дослідження [3].

Науковець І. П. Сидорчук пропонує інноваційний потенціал підприємства трактувати як «інтегральну сукупність взаємопов'язаних у певних соціально-економічних формах ресурсів, яка характеризує можливість (здатність) підприємства під дією зовнішніх і внутрішніх факторів створювати й ефективно впроваджувати інновації з метою досягнення інноваційних стратегічних змін, підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства» [4]. Автори І. Г. Яненкова та Н. П. Бабкова-Пилипенко [5] інтерпретують інноваційний потенціал підприємства як «органічне поєднання

наявних і потенційних ресурсів, можливостей і здатностей, що забезпечують його інноваційний розвиток».

Таким чином, інноваційний потенціал є двигуном ефективного руху та розвитку підприємства у мінливому бізнес-середовищі та інструментом забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Виходячи з проведеного аналізу, під інноваційним потенціалом підприємства пропонується розуміти комплекс взаємопов'язаних ресурсів, взаємодія та використання яких забезпечують можливість ефективно впроваджувати інновації, прогресивний розвиток, підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства в умовах впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Перелік джерел посилання

1. Верхоглядова Н. І., Каширнікова І. О. Методичний підхід до визначення інноваційного потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_13 (дата звернення 14.02.2020).

2. Гаєвська Л. М. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 5. С.192-196.

3. Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 354-360.

4. Сидорчук І. П. Сутність, структура та особливості оцінювання інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Економіка і регіон*. 2014. № 2. С. 97-101.

5. Яненкова І. Г., Бабкова-Пилипенко Н. П. Інноваційний потенціал підприємства: складові та фактори впливу. *Науковий погляд*. 2015. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/465/643> (дата звернення 14.02.2020).

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Куценко Ю. А.,

*аспірант,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Процес прийняття управлінських рішень на вітчизняних підприємствах суттєво ускладнюється у сучасних умовах трансформаційної економіки країни. Це обумовлено високим рівнем невизначеності та нестабільності бізнес-середовища, у якому функціонують і взаємодіють суб'єкти господарювання. Актуальність обраної теми зумовлена сучасним станом трансформаційної економіки України та необхідністю формування механізму адаптації промислових підприємств до умов зовнішнього середовища.

Проблематиці формування механізму адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища присвячені роботи багатьох науковців, таких як: Р. Б. Годунько [1], Р. В. Грінченко [2], О. О. Гусаров, Ю. Е. Дуднева, Т. С. Обиденнова [3], В. О. Шашко [4], Г. В. Єфімова, О. В. Пашенко [5] та інші.

На думку В. О. Шашко, адаптація промислових підприємств до умов економічного середовища – це «багаторівневий, динамічний процес, який має свою структуру, послідовність та особливості протікання, пов'язані з певною перебудовою моделі управління й функціонування підприємства в рамках включення в нові умови функціонування з можливим перерозподілом функцій учасників системи, коригуванням цілей, завдань, алгоритму та інтенсивності їх взаємодії». А сам механізм адаптації підприємства автор інтерпретує як

«сукупність конкретних форм та методів усвідомленого впливу на процес приведення моделі виробничо-господарської діяльності підприємства до вимог зовнішнього середовища» [4].

Науковці О. О. Гусаров, Ю. Е. Дуднева і Т. С. Обиденнова вважають, що механізм адаптації має відповідати системі управління підприємством, бути економічним і забезпечувати необхідні зворотні зв'язки. У процесі функціонування цього механізму вирішуються завдання прогнозування і планування, організації, координації, мотивації, контролю, обліку й аналізу результатів процесів адаптації [3].

Адаптація – це інструмент що забезпечує безперервний та стабільний процес взаємовідносин середовища функціонування суб'єкта господарської діяльності та самого підприємства. Застосування такого інструменту дозволяє визначити вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства та пристосуватись до можливих змін.

Дослідження існуючих наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, дає змогу виокремити три основні підходи до визначення сутності адаптації:

- цільовий;
- системний;
- процесний.

Згідно з цільовим підходом адаптація виступає інструментом, який має буди спрямованим на вирішення певних, конкретних задач та досягнення цілей (підвищення рівня конкурентоспроможності, фінансово-економічної безпеки тощо).

Системний підхід розглядає адаптацію з точки зору внутрішньої властивості промислового підприємства, як окрему, відкриту соціально-економічну систему до удосконалення та розвитку під час взаємодії з різноманітними факторами зовнішнього середовища.

Адаптація з точки зору процесного підходу є процесом, що відбувається водночас з життєвим циклом та функціонуванням підприємства у відповідь на дію факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Впровадження адаптаційного механізму у процес функціонування суб'єкта господарської діяльності потребує його належного формування. Належним чином сформований механізм надасть підприємству можливість забезпечити та систематизувати впровадження у практику під час ведення господарської діяльності підприємством адаптивне управління, як складову менеджменту за існуючих умов функціонування загалом.

Термін «механізм» у загальному розумінні – це внутрішній устрій певної системи, що призводить її до дії.

В економічному сенсі механізм – це сукупність характеристик та складових елементів, що мають визначену логічну послідовність функціонування, визначають порядок діяльності та знаходяться у тісному взаємозв'язку.

Принципова схема механізму адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища наведена на рис. 1.

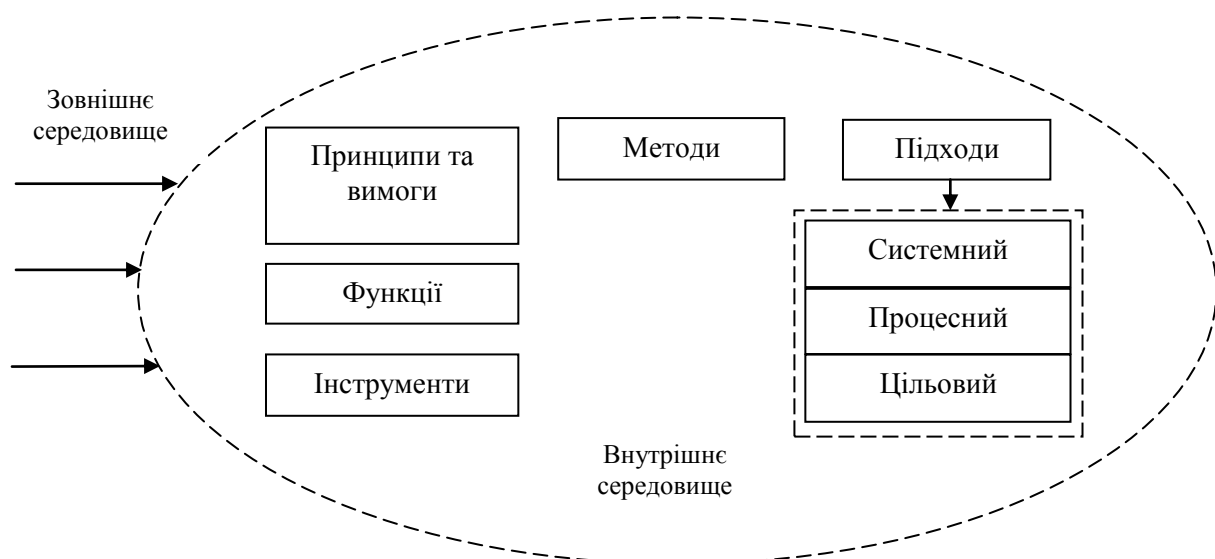


Рисунок 1 – Принципова схема механізму адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища

Можна зробити висновок, що механізм адаптації – це цілісна, самостійна система засобів, принципів, інструментів, методів та моделей ефективного управління підприємством, що координують процеси взаємовідносин між суб'єктом господарської діяльності та зовнішнього трансформаційного середовища.

Таким чином, за умов трансформаційної економіки країни та нестабільного зовнішнього середовища адаптація виступає як вагомий інструмент, який дає змогу збалансувати внутрішнє середовище підприємства до зовнішніх чинників та факторів впливу. Належним чином організований процес адаптації на підприємстві потребує впровадження та формування певного механізму адаптації. Саме він забезпечить реалізацію комплексного підходу до застосування механізму на підприємствах, який дозволить підвищити ефективність господарської діяльності.

Перелік джерел посилання

1. Годунько Р. Б. Стратегія як комплексний механізм адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 57. С. 53-58.

2. Грінченко Р. В. Методи та інструменти формування механізму адаптації підприємства до змін. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2019. Вип. 34. С. 53-58.

3. Гусаров О. О., Дуднева Ю. Е., Обиденнова Т. С. Взаємозв'язок складників механізму адаптації в системах управління підприємствами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 1. С. 95-100.

4. Шашко В. О. Складові механізму адаптації промислових підприємств до умов транзитивної економіки. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 228-234.

5. Єфімова Г. В., Пащенко О. В. Адаптація організаційно-управлінської системи підприємства до змін у ринковому середовищі. *Бізнес Інформ*. 2019. № 1. С. 403-408.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Обейд Лара Ходор,

аспірант,

Харківський національний університет радіоелектроніки

НАПРЯМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств підвищеної уваги до проблеми економічної ефективності, що є основним фактором забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку. Правильна оцінка ефективності діяльності підприємства необхідна для керівництва і власників підприємства, інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів. Пошук критеріїв, які найбільш адекватно відображають ефективність діяльності підприємства під впливом факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, є актуальним і важливим завданням в економіці.

Теоретико-методичні аспекти оцінки економічної ефективності діяльності підприємств розглядалися у роботах багатьох науковців, серед яких: О. Андросова [1], Т. І. Батракова [2], В. Г. Онокало [3], І. П. Отенко [4], Л. В. Соколова, О. Є. Соколов [5], П. А. Фісуненко, К. І. Шевченко [6]. Проте, аналіз публікацій авторів, потребує узагальнення напрямів оцінки економічної ефективності діяльності підприємства.

Метою дослідження є узагальнення напрямів оцінки економічної ефективності діяльності підприємства.

Порівнюючи поняття «ефект» і «ефективність», слід зазначити, що ефект – це результат, а ефективність – це відношення результату до використаних для його досягнення ресурсів.

Забезпечуючи принцип комплексності, оцінка економічної ефективності діяльності підприємства має здійснюватися за наступними основними напрямками [5, 6]:

- фінансовий, який вивчає, діагностує і прогнозує фінансовий стан підприємства та виявляє резерви підвищення його стійкості;

- соціально-економічний, який вивчає зв'язок соціальних і економічних процесів, їх вплив один на одного й на економічні результати господарської діяльності;

- економіко-екологічний, який досліджує взаємодію екологічних і економічних процесів, пов'язаних охороною і поліпшенням навколишнього середовища і витратами на екологію;

- маркетинговий, який використовується для вивчення зовнішнього середовища функціонування підприємства, формування цінової політики, розробки тактики і стратегії маркетингової діяльності;

- логістичний, який координує функціональні сфери підприємства, такі, як матеріальне забезпечення, виробництво, збут, товарні потоки, які охоплюють постачальників сировини, підприємство й споживачів.

Основні напрями оцінки економічної ефективності діяльності підприємства наведено на рис. 1.

Ефективність виробництва – це узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання коштів, предметів праці та робочої сили на підприємстві за певний проміжок часу [6]. Зміст критерію ефективності виробництва випливає з необхідності максимізації одержуваних результатів або мінімізації витрачених витрат, виходячи з поставлених цілей розвитку підприємства. Такими цілями можуть бути забезпечення виживаності, досягнення стійкого росту, структурна перебудова, соціальна стратегія тощо.

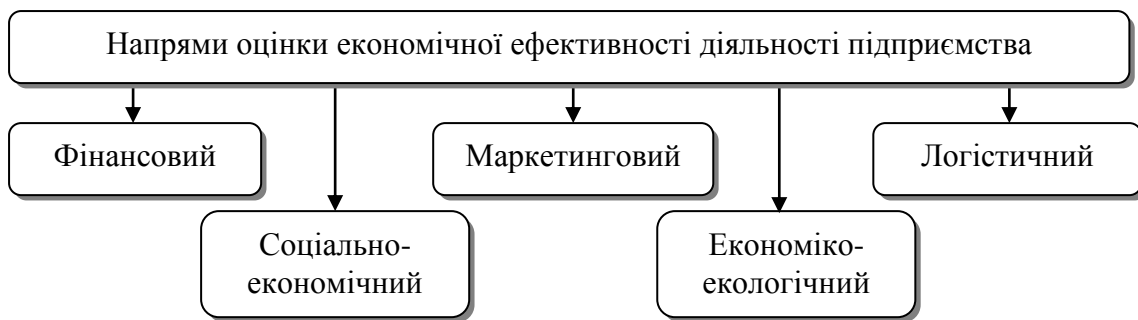


Рисунок 1 – Основні напрями оцінки економічної ефективності діяльності підприємства

Джерело: складено авторами на основі [5, 6]

На рівні окремих підприємств різних галузей економіки, як правило, використовують різноманітні групи показників економічної ефективності, які оцінюють економічну ефективність використання матеріалів, основних виробничих засобів і оборотних коштів, інвестицій і трудових ресурсів. На базі цих даних розраховується узагальнений показник, який характеризує економічну ефективність роботи підприємства в цілому. До показників, які характеризують екологічну ефективність підприємства, слід віднести припустимі норми забруднення навколишнього середовища, коефіцієнти виходу готової продукції з вихідного матеріалу, витрати на проведення природоохоронних заходів. При цьому основними факторами підвищення ефективності діяльності підприємства є ріст продуктивності праці, зниження фондомісткості і матеріаломісткості виробництва, а також раціональне використання ресурсів.

У результаті проведених досліджень можна зробити висновок, що для оцінки економічної ефективності діяльності підприємства слід використовувати систему показників, яка характеризує ефективність використання ресурсів, їх віддачу; показники рентабельності; показники, що відображають ринкову, підприємницьку активність підприємства, система показників платоспроможності й фінансової стабільності підприємства. При цьому

напрями оцінки мають охоплювати декілька аспектів: фінансовий, соціально-економічний, економіко-екологічний, маркетинговий, логістичний. Комплексний підхід забезпечить всебічну оцінку діяльності підприємства, що підвищить ефективність прийняття управлінських рішень.

Перелік джерел посилання

1. Андросова О. Показники рентабельності підприємств машинобудування як індикатори ефективності їх діяльності. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 4. С. 13-25.

2. Батракова Т. І. Методичні підходи до оцінки ефективності управління діяльністю підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2015. Вип. 11(1). С. 67-71.

3. Онокало В. Г. Оцінка ефективності діяльності підприємства: теоретичні аспекти. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24, Вип. 5. С. 96-100.

4. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 6. С. 190-195.

5. Соколова Л. В., Соколов О. Є. Науково-методичне забезпечення оцінювання інтегрального показника ефективності діяльності підприємств машинобудування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 13(2). С. 74-77.

6. Фісуненко П. А., Шевченко К. І. Критерій оцінювання ефективності діяльності підприємства в забезпеченні їх економічної безпеки. *Економічний простір*. 2019. № 151. С. 185-200.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Харківський національний університет радіоелектроніки

Рабеах Мохаммед Рідха Салман

аспірант,

Харківський національний університет радіоелектроніки

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема визначення ресурсних можливостей підприємств у сучасних умовах господарювання є одним із пріоритетних завдань їх ефективного функціонування та розвитку. Фінансові ресурси, які є основним елементом фінансового потенціалу підприємства, відіграють найважливішу роль у забезпеченні його інноваційно-інвестиційної діяльності та економічної активності у конкурентному середовищі.

Теоретико-методичні аспекти фінансового потенціалу підприємства, його суті, структури та особливостей функціонування вивчалися багатьма науковцями, серед яких: Б. Я. Блащак [1], О. О. Горошанська, Л. М. Маккі [2], О. М. Грабчук [3], О. М. Дзюбенко [4], Т. В. Полозова [5], Л. А. Костирко, О. О. Серeda [6] та інші. Однак, на сьогоднішній день можна зазначити відсутність єдиного підходу до трактування фінансового потенціалу підприємства, що обумовлює необхідність подальших наукових досліджень.

Автор Б. Я. Блащак, аналізуючи дане питання, виділяє два основних підходи до визначення поняття «фінансовий потенціал» [1]:

- ресурсний;
- результативний.

Автор пропонує розглядати фінансовий потенціал як об'єктивну складову частину структури потенціалу підприємства для усвідомлення його значення та

виокремлення аспектів функціонування як складника системи [1]. Б. Я. Блащак зазначає, що потенціал є базовим елементом підприємства, який об'єднує в собі цілі, рушійні сили і джерела його розвитку. На думку автора, зміст фінансового потенціалу підприємства визначають такі характеристики [1]:

- потенціал є динамічною характеристикою і проявляється тільки в процесі його використання;
- використання потенціалу повинно супроводжуватися його зростанням;
- процеси використання та нарощування потенціалу є безперервними і доповнюють один одного.

Науковці О. О. Горошанська і Л. М. Маккі виділяють такі підходи до визначення фінансового потенціалу підприємства [2]:

- як сукупність фінансових ресурсів;
- як сукупність можливостей підприємства;
- як сукупність фінансових ресурсів і можливостей підприємства.

Автори під фінансовим потенціалом підприємства пропонують розуміти «сукупність можливостей акумулювати достатній для покриття майбутніх фінансових потреб обсяг фінансових ресурсів, ефективне формування, розподіл і використання яких сприятимуть підвищенню результативності діяльності, посиленню фінансової безпеки підприємства» [2].

Як вважає О. М. Грабчук, фінансовий потенціал можна розглядати через призму синергетичного підходу. Автор зазначає, що як синергетична система фінансовий потенціал має властивості самоорганізації, саморефлексії, гетерархії, емерджентності, відкритості, багаторівневості, релятивізму, поєднання дисипативності й ентропійності у розвитку [3].

Досліджуючи дефініцію «фінансовий потенціал підприємства», О. М. Дзюбенко систематизував підходи до сутності даної категорії за наступними напрямками: «сукупність фінансових ресурсів підприємства, джерела фінансування господарської діяльності підприємства, можливості розвитку господарської діяльності підприємства, фінансові показники

підприємства, система управління фінансами підприємства, характеристика ефективності функціонування підприємства» [4].

Таким чином, фінансовий потенціал підприємства можна інтерпретувати як синтез ресурсного і виробничого потенціалів, які беруть участь у його господарській діяльності. Фінансовий потенціал є базовим стратегічним напрямом розвитку підприємства, відповідно до якого формується механізм трансформації ресурсного і виробничого потенціалів у фінансові результати діяльності підприємства. Функціонування такого механізму забезпечить підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Перелік джерел посилання

1. Блащак Б. Я. Фінансовий потенціал у структурі потенціалу підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2019. Т. 30(69). № 3. С.74-78.

2. Горошанська О. О., Маккі Л. М. Фінансовий потенціал підприємства: теоретичний аспект. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2018. Вип. 1. С. 7-16.

3. Грабчук О. М. Фінансовий потенціал: природа та властивості з точки зору синергетичного підходу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 3. С. 280-284.

4. Дзюбенко О. М. Підходи до дефініції поняття «фінансовий потенціал» як об'єкту економічного аналізу. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. № 4. С. 18-24.

5. Полозова Т. В. Теоретичні аспекти оцінки потенціалу інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2015. Т.20. Випуск 2/1. С. 109-111.

6. Костирко Л. А., Серета О. О. Фінансовий потенціал як об'єкт фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2019. № 1. С. 149-157.

Полозова Т. В.,

*д.е.н, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Самков В. В.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ

У сучасних умовах господарювання інвестиційна діяльність є однією з найважливіших сфер діяльності будь-якого підприємства. Реалізація нового формату економічних відносин неможливий без активізації інвестиційних процесів і підвищення ефективності управління ними на рівні окремих суб'єктів господарювання.

Теоретико-методичні аспекти фінансових інвестицій широко висвітлені у науковій літературі в працях таких авторів, як: І. О. Бланк [1], М. А. Крутько, І. О. Рижик, О. С. Пантус [2], В. В. Поєдинок [3], Т. В. Полозова [4] та інші. Однак актуальність зазначеного напрямку обумовлює необхідність подальших наукових досліджень.

Метою дослідження є розкриття сутності фінансових інвестицій та визначення критеріїв їх класифікації.

У даному дослідженні проаналізовано існуючі підходи до визначення понять «інвестиції» та «фінансові інвестиції», які зарегламентовані у нормативно-правовій базі України.

Основу правового регулювання інвестиційної діяльності в Україні становлять Податковий Кодекс України [5] Закони України «Про інвестиційну діяльність» [6], «Про цінні папери та фондовий ринок» [7] та інші.

У Податковому Кодексі України [5] зазначається, що інвестиції – це «господарські операції, які передбачають придбання основних засобів, нематеріальних активів, корпоративних прав та/або цінних паперів в обмін на кошти або майно». При цьому інвестиції поділяються на:

а) капітальні – господарські операції, що передбачають придбання будинків, споруд, інших об'єктів нерухомої власності, інших основних засобів і нематеріальних активів, що підлягають амортизації відповідно до норм цього Кодексу;

б) фінансові – господарські операції, що передбачають придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та/або інших фінансових інструментів.

Залежно від об'єкта інвестування в економічній та юридичній літературі традиційно розрізняють реальні та фінансові інвестиції. Реальними інвестиціями є вкладення капіталу у відтворення основних засобів, в інноваційні нематеріальні активи та інші об'єкти інвестування, пов'язані зі здійсненням операційної діяльності або покращенням умов праці та побуту персоналу. Фінансові інвестиції характеризують вкладення капіталу в різноманітні фінансові інструменти інвестування, головним чином в цінні папери, з метою отримання доходу [1, 3].

Фінансові інвестиції поділяються на [5]:

– прямі – господарські операції, що передбачають внесення коштів або майна в обмін на корпоративні права, емітовані юридичною особою при їх розміщенні такою особою;

– портфельні – господарські операції, що передбачають купівлю цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за кошти на фондовому ринку або біржовому товарному ринку.

Відповідно до п. 2.12 Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [8] і п. 2.34 Методичних рекомендацій [9] фінансові інвестиції поділяються на:

– довгострокові – фінансові інвестиції на період більше одного року, а також усі інвестиції, які не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент;

– поточні – фінансові інвестиції на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів), а також сума довгострокових фінансових інвестицій, що підлягають погашенню протягом 12 місяців з дати балансу.

Особливим видом поточних фінансових інвестицій є еквіваленти грошових коштів. Відповідно до [8] еквіваленти грошових коштів (грошей) – короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошей і характеризуються незначним ризиком зміни вартості.

До кожного з вищенаведених видів фінансових інвестицій можуть належати інвестиції, які класифікуються залежно від об'єктів інвестування: інвестиції в інструменти капіталу (акції, частки у капіталі, відмінні від акцій, паї); інвестиції у боргові інструменти (облігації та подібні); інвестиції у похідні інструменти.

Кожну категорію інвестицій можна кваліфікувати залежно від мети її придбання для: перепродажу; утримання до погашення (боргові інструменти); утримання безстроково (інструменти капіталу). Інвестиції, які за своєю суттю є довгостроковими, але придбані для перепродажу протягом 12 місяців або такі, що можуть бути продані у будь-який момент, слід обліковувати як поточні інвестиції. Таким чином, ключовим елементом при кваліфікації інвестиції є мета її використання.

Залежно від рівня впливу інвестора на підприємство, інструменти капіталу якого було придбано, розрізняють такі види фінансових інвестицій [10, 11]: інвестиції в асоційовані підприємства; інвестиції у дочірні підприємства; інвестиції у спільну діяльність.

У результаті дослідження було узагальнено класифікаційні ознаки фінансових інвестицій, що наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Класифікація фінансових інвестицій

Ознака	Вид і характеристика
1. За способом інвестування	прямі (господарські операції, що передбачають внесення коштів або майна в обмін на корпоративні права, емітовані юридичною особою при їх розміщенні такою особою)
	портфельні (господарські операції, що передбачають купівлю цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за кошти на фондовому ринку або біржовому товарному ринку)
2. За терміном інвестування	довгострокові (фінансові інвестиції на період більше одного року, а також усі інвестиції, які не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент)
	поточні фінансові (інвестиції на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів), а також сума довгострокових фінансових інвестицій, що підлягають погашенню протягом 12 місяців з дати балансу)
3. За об'єктом інвестування	інвестиції в інструменти капіталу (інвестиції в акції, частки у капіталі, відмінні від акцій, паї)
	інвестиції у боргові інструменти (інвестиції в облігації та подібні)
	інвестиції у похідні інструменти
4. За метою придбання	перепродажу
	утримання до погашення (боргові інструменти)
	утримання безстроково (інструменти капіталу)
5. За рівнем впливу інвестора на підприємство	інвестиції в асоційовані підприємства
	інвестиції у дочірні підприємства
	інвестиції у спільну діяльність

Джерело: складено авторами на основі [1, 3, 5-11]

Таким чином, можна зробити висновок, що основою класифікації інвестицій є розподіл їх на реальні та фінансові. Причому фінансові інвестиції характеризують вкладення капіталу в різноманітні фінансові інструменти інвестування, головним чином в цінні папери, з метою отримання доходу.

Перелік джерел посилання

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. Киев: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. 448 с.

2. Крутько М. А., Рижик І. О., Пантус О. С. Теоретичні аспекти інноваційно-інвестиційного забезпечення розвитку підприємств АПК. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. Вип. 202. С. 100-109.

3. Поєдинок В. В. Класифікація інвестицій: критерії і методологічне значення. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки*. 2012. Вип. 94. С. 28-32.

4. Полозова Т. В. Формування інноваційно-інвестиційного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства: монографія. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 592 с.

5. Податковий Кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст. 112.

6. Про Інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 року № 1560-XII. (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 47, ст.646.

7. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23 лютого 2006 року № 3480-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2006. № 31. ст. 268.

8. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. (дата звернення 28.10.2020).

9. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності. Затверджені наказом Міністерства фінансів України від 28.03.2013 № 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv#Text>. (дата звернення 29.10.2020).

10. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції»: Наказ Міністерства фінансів України від 26.04.2000 № 91. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text>. (дата звернення 29.10.2020).

11. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти»: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.2001 № 559. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01#Text>. (дата звернення 30.10.2020).

Пономарьов С. В.,

*к.е.н., старший викладач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЕНЕРГОКОМПАНІЇ

Національна енергетична компанія «Укренерго» (НЕК «Укренерго») є одним з провідних стратегічних підприємств енергетичної галузі в Україні. На НЕК «Укренерго» покладено дві основні функції: диспетчерська (оперативно-технологічне управління Об'єднаної енергетичної системи (ОЕС) України та експлуатація і розвиток магістральних та міждержавних електромереж [1].

Спеціалістами НЕК «Укренерго» здійснюється експлуатація електромереж ведення електричних та енергетичних режимів, аналіз роботи релейного захисту і протиаварійної автоматики, складання перспективних планів розвитку ОЕС України та їх реалізація. Більш ніж 95% від сукупної чисельності персоналу має безпосереднє відношення до сфери енергетики, з них до 60% працюють у підрозділах, що забезпечують роботу мереж.

У результаті виконання напрямів буде сформована науково обгрунтована методологія розробки стратегії базового сектору економіки із врахуванням специфіки її функціонування, що полягає у державному регулюванні та потребі у докорінному реформуванні, його значення для забезпечення ефективного функціонування економіки регіонів та підвищення якості життя і добробуту населення. Із застосуванням методологічного інструментарію різних дисциплін (економіки, фінансів, менеджменту підприємств та державного управління, інформаційних технологій, юридичних наук, нормування, планування, управління проектами тощо) будуть розроблені практичні рекомендації щодо системи індикативних показників ефективності та розвитку підприємств НЕК

«Укренерго». Виникає необхідність вирішення якісно нових задач та комплексного вивчення питань, пов'язаних із функціонуванням регіональних ЕС НЕК «Укренерго», окреслення перспектив їх розвитку та внеску в реалізацію завдань державної політики, формування на основі отриманих результатів стратегій розвитку підприємств, які складають дані галузі.

Багатофакторний характер умов і самої діяльності таких підприємств і регіональної мезосистеми, до якої вони входять, обумовлює необхідність формування теоретичних засад, які дозволяють знайти узагальнені та раціональні підходи до прийняття стратегічних рішень на рівні регіонального управління і розробки шляхів їх реалізації. Реалізація пропозицій є внеском у формування теоретико-методологічної бази для розв'язання проблем розвитку економіки України.

Незважаючи на певні напрацювання вчених та консультантів щодо розв'язання окремих економічних та технологічних проблем функціонування енергетичного сектору економіки, планування та управління розвитком регіональної економіки питання чіткого окреслення шляхів розвитку галузі в цілому та підприємств, що їх складають, на рівні як регіональному, так і загальнонаціональному, залишається невирішеним. Сьогодні нагальним завданням для його вирішення, досягнення синергійного ефекту від використання наукових напрацювань, формування єдиного концептуального підходу до розробки стратегії стає інтеграція різноманітних наукових результатів з метою отримання чіткої обґрунтованої методології формування стратегії базових секторів регіональної економічної мезосистеми на засадах комплексності та міждисциплінарного аналізу. Методологічною основою дослідження є теорія систем та системного аналізу, теорія організації, кількісні та якісні методи збору та аналізу емпіричних даних, сучасні експертні технології, а також загальні принципи емпіричного дослідження на міждисциплінарній основі. Стратегія розвитку енергетичної компанії НЕК «Укренерго» буде представлена у вигляді планового документу, методичних

рекомендацій щодо розробки стратегії регіонального економічного розвитку, а також підготовки аналітичних записок до Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, Кабінету Міністрів та Верховної Ради України.

Етапи робіт:

Етап 1. Методологія формування стратегії енергетичного сектору регіональної мезосистеми.

Етап 2. Науково-аналітичне забезпечення обґрунтування стратегії розвитку енергетики на регіональному рівні через визначення впливів державної політики та розвитку інших галузей регіонального господарського комплексу на їх діяльність. Очікувані результати: Методика здійснення прогностної та планувальної діяльності економічного розвитку регіону в цілому та його окремих галузей, побудова когнітивної карти регулятивних впливів на діяльність підприємств.

Етап 3. Аналіз управління економічним розвитком в цілому, а також розвитком енергетичного сектору на державному та регіональному рівні та визначення основних факторів посилення ефективності такого управління.

Етап 4. Розробка альтернативних стратегій розвитку НЕК «Укренерго», як базової підгалузі, що забезпечують розвиток економіки регіону в цілому.

Етап 5. Обґрунтування вибору оптимальної стратегії НЕК «Укренерго» з альтернативних варіантів розвитку енергетичної інфраструктури та розробка на її основі стратегічного плану.

Очікувані результати: методика оцінки стратегічних альтернатив розвитку енергетичної інфраструктури, обґрунтування вибору оптимальної стратегії, розробка основних заходів для забезпечення успішної реалізації етапів робіт.

Перелік джерел посилання

1. Сайт НЕК «Укренерго» Організаційна схема компанії. URL: [www.url: http://www.ukrenergo.energy.gov.ua/](http://www.ukrenergo.energy.gov.ua/).

Прибыльнова И. Б.,

*старший преподаватель кафедры экономической кибернетики
и управления экономической безопасностью,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

Прибыльнов А. А.,

*студент,
Харьковский национальный университет радиоэлектроники*

МОДЕЛИРОВАНИЕ БЛОКА «УЧЕТ БРАКА» НА БАЗЕ CRM-СИСТЕМЫ SALES CREATIO

Деятельность любого предприятия оценивается качеством и количеством продаваемых товаров и услуг. Ведь основной источник прибыли и прогресса кроется в продажах. Однако на практике получить необходимые данные не всегда получается, и продажа товаров и услуг становится неуправляемой, стихийной, а главное – неэффективной. Невозможно делать правильные прогнозы и принимать эффективные решения, когда ты не знаешь ответов на вопросы: кто, кому, как, сколько, по какой цене продает и т.д. В итоге руководитель не может отследить всю «воронку продаж», выявить в ней проблемные места, понять причины падения или роста. А это значит – он не может повлиять на увеличение объемов продаж, т.е. не может эффективно управлять этими процессами [1].

На помощь приходят информационные технологии и передовые автоматизированные системы по управлению продажами.

Sales Creatio – готовый продукт для автоматизации и ускорения полного цикла продаж: от лида до повторных заказов.

Система объединяет в одном интерфейсе все инструменты для автоматизации отдела продаж, управления продажами. В неё уже заложены бизнес-процессы, которые отражают лучшую мировую практику продаж. Они

помогают определять узкие места и менять процессы для получения исключительных результатов.

Sales Creatio (Террасофт CRM) имеет следующие функции: автоматизация документооборота, управление информацией о клиентах, управление продажами и маркетингом и многое другое. Среди преимуществ Sales Creatio – интеграция со сторонними системами и открытый исходный код, что позволяет программистам сторонних компаний внедрять собственные модули.

Исходный код доступен для просмотра, изучения и изменения, что позволяет убедиться в отсутствии уязвимостей и неприемлемых для пользователя функций, принять участие в доработке самой открытой программы, использовать код для создания новых программ и исправления в них ошибок.

Платформа Sales Creatio включает следующие блоки:

- портрет клиента 360°;
- управление лидами;
- управление продажами;
- управление заказами и счетами;
- управление полевыми продажами;
- управление продуктами;
- управление документооборотом;
- расписание и коммуникации;
- планирование и анализ продаж;
- инструменты настройки [2].

На предприятии возникла необходимость в создании блока «Учет брака». Предприятия очень часто сталкиваются с таким явлением, как брак. Причины тому множество: устаревшее оборудование, человеческий фактор или особенности технологии производства, при которой брак технологически неминуем. Схема работы блока «Учет брака» приведена на рисунке 1.

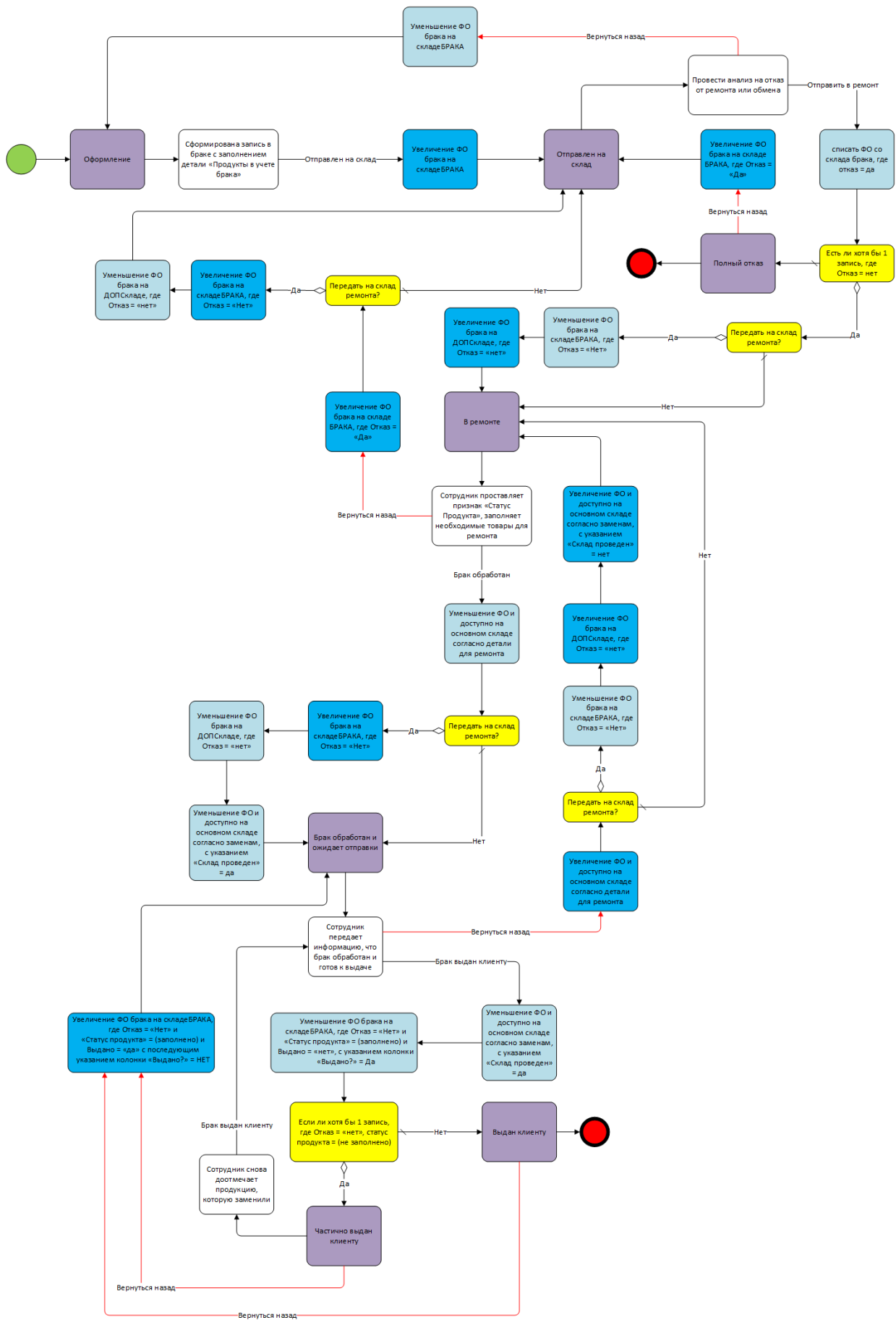


Рисунок 1 – Схема работы блока «Учет брака»

Основные этапы работы в созданном блоке «Учет брака»:

- регистрация новой записи в разделе «Учет брака»;
- перевод заявки на состояние «Отправлен на склад»;
- перевод на состояние «В ремонте/обмен»;
- перевод на состояние «Обработан»;
- состояние «Брак обработан и ожидает отправки»;
- работа с шагом «Вернуться назад».

Создание нового блока позволило значительно повысить эффективность работы отдела продаж по различным показателям. С точки зрения материальной составляющей появилась возможность более тесного взаимодействия с заводом-производителем. Учет брака позволил заблаговременно информировать поставщика о проблемных местах поставляемого товара и, как следствие, уменьшился производственный брак. Приобрела новый смысл репутационная составляющая. Повысилась производительность труда, что поспособствовало более быстрому выполнению работ и уменьшило время ожидания товара клиентом. Стал возможен учет запасных деталей и расходных материалов, которые раньше просто списывались. Была выявлена значительная экономия денежных средств. Создание нового блока позволило оптимизировать документооборот, организовать слаженную работу отдела продаж, минимизировать рутинные операции и сократить количество ручной работы, сформировать единый массив электронных документов. Появилась возможность оптимального планирования распределения рабочего времени и контроля деятельности сотрудников.

Перечень источников ссылок

1. Гринберг Пол CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. Руководство. «Символ-Плюс». 2016. 530 с. ISBN: 978-5-93286-079-3.
2. URL: <https://www.terrasoft.ua/page/ru/creatiocrm>.

Прокопенко В. Ю.,

д.е.н., професор,

професор кафедри економіки та менеджменту,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Джаїн Джонні,

студент,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

КРЕАТИВНІСТЬ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

У наш час дуже важливий творчий, нестандартний підхід до ситуацій, процесів будь-якого характеру. На це вплинуло багато чинників, а саме: висока конкуренція в більшості сфер діяльності, технічний прогрес, ситуація з пандемією тощо.

У сучасній науковій літературі вже багато уваги приділяється визначенню ролі і місця креативного менеджменту в системі управління підприємствами. Серед науковців, які досліджують дане питання, можна відзначити таких, як: І. В. Грабовська [1], О. Є. Гудзь [2], В. І. Ковальова [3], І. В. Мосійчук [4], І. І. Свидрук [5] та інші.

Для того, щоб бути успішним менеджером чи бізнесменом вкрай важливо бути креативним. Що таке бути креативним? На нашу думку, бути креативним – це мати творчі здібності. Творчі здібності – здатність людини приймати творчі рішення, розуміти, приймати і створювати принципово нові ідеї [6].

У повсякденному житті творчі здібності проявляються як кмітливість – здатність досягати мети, знаходити вихід з уявної безвихідної ситуації, використовуючи оточення, предмети і обставини незвичайним чином.

У широкому сенсі – нетривіальне і дотепне рішення проблеми, причому, як правило, неспеціалізованими інструментами або ресурсами. Також йдеться про здатність до сміливих, нестандартних рішень завдань [7].

Сьогодні все частіше ми стали зустрічати таке поняття як «креативний менеджмент». Креативний менеджмент – це управління процесом креативного мислення (індивідуального й командного). Це також менеджмент, орієнтований на креативний результат [8]. Креативний менеджмент реалізується з використанням креативних методів і технологій.

Креативне управління спрямовано на розвиток творчого потенціалу окремої особистості, створення умов для прояву синергетичного ефекту як на рівні груп, що функціонують в організації, так і на рівні взаємодії між цими групами, тобто в його основі лежить інтеграція кадрового потенціалу організації.

Разом з тим, можна зазначити, що організаторська і управлінська діяльність – це креативна робота. Потрібно вигадувати і втілювати незвичайні ідеї, щоб залишатися конкурентоспроможним на сучасному ринку, або навіть лідером в якійсь сфері діяльності. Сьогодні народжується поняття креативний менеджер або менеджер дослідницького і стратегічного типу. У чому його особливість? Кожен менеджер проявляє у своїй роботі риси індивідуальності. Але завжди існує щось спільне, яке визначається особливістю діяльності та умовами, в яких вона здійснюється. Умова управління – потреба в генерації нових ідей, дослідженнях, прийнятті стратегічних рішень.

У креативному менеджменті, як і в будь-якій іншій науці, виділяють теоретичний і прикладний аспекти. Теорія креативного менеджменту є складовою частиною теорії творчості. Прикладні аспекти креативного менеджменту пов'язують насамперед з інноваціями і нововведеннями.

Проблеми креативного менеджменту організаційно сходяться з управлінням кадрами, коли потрібно створювати так звані тимчасові творчі

колективи [9]. Будь-який керівник сьогодні має бути креативним. Ми повинні вміти підлаштовуватися під обставини, шукати в звичайному незвичайне і розвивати в собі творчі якості. Таким чином, на креативному менеджменті побудована вся сучасна управлінська діяльність.

Перелік джерел посилання

1. Грабовська І. В. Креативний менеджмент в системі управління підприємством: сутність, значення та проблеми розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 5(1). С. 141-146.
2. Гудзь О. Є. Формування і розвиток креативного менеджменту в інноваційних підприємствах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 4. С. 4-11.
3. Ковальова В. І. Креативний менеджмент як важлива складова інноваційного підприємництва. *Молодий вчений*. 2018. № 1(2). С. 896-899.
4. Мосійчук І. В. Креативний менеджмент сучасного бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2019. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2019_1_7.
5. Свидрук І. І. Особливості креативного менеджменту на мікрорівні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30(1). С. 116-120.
6. Інформація з сайту. URL: <https://be5.biz/ekonomika1/r2012/3535.htm>
7. Інформація з сайту. URL: <http://window.edu.ru/resource/267/77267/files/ulstu2012-93.pdf>. (дата звернення 05.10.2020).
8. Інформація з сайту. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8>. (дата звернення 05.10.2020).
9. Інформація з сайту. URL: http://www.arsenal-hr.ru/portal/seminar/198_utm_campaign_1others_watched. (дата звернення 05.10.2020).

Ругалёва И. Е.,

*старший преподаватель кафедры маркетинг,
Белорусский национальный технический университет*

Сокольчик А. В.,

*студент,
Белорусский национальный технический университет*

НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ ПОДХОД В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

С развитием нейронаук мы всё больше стали узнавать, как работает наш мозг, какие законы обуславливают высшую психическую деятельность. Эти знания очень важны для любого специалиста-маркетолога, поскольку основой маркетинга являются люди с их желаниями, потребностями, мотивациями. Эти явления имеют нейрофизиологические основания, закономерности работы, которая создавала эволюции для выполнения определённых целей. Понимая то, как устроен человек, мы можем влиять на него, создавая лучшие предложения на рынке. Революционный подход в этом предлагает нейромаркетинг.

Классический маркетинг использует для изучения потребителей групповые интервью, словесные ассоциации, углубленные интервью, личные и телефонные опросы, холл-тесты, хоум-тесты и др. Они выражают субъективную оценку потребителя о товаре, бренде, определённой ситуации.

В связи с многовариантностью таких методик возникает ряд проблем для их осмысления:

Во-первых, верифицируемость полученных данных. В действительности ли респондент говорит правду о своих предпочтениях, чувствах и ассоциациях, возникающих о товаре;

Во-вторых, человек сам не всегда может точно сказать, чего он хочет, что для него лучше. Эксперименты по социальной психологии доказали, что все наши установки, ценности, мнения, поведение зависят от ситуации, в которой мы находимся. (Стэнфордский тюремный эксперимент, эксперимент Милгрэма, эксперимент Аша и др.). Кроме того, в зависимости от концентрации нейромедиаторов в головном мозге мы можем совершать разное поведение [1]. То есть оценка опрашиваемого объекта зависит от набора определённых ситуаций и химического баланса веществ, изменение которых могут привести к смене мнения.

В-третьих, проблема с интерпретацией имеющихся данных у маркетологов. В этом случае весьма сложно точно и объективно привести аргументы в защиту той или иной стратегии маркетинга.

Нередко возникают ситуации, когда, несмотря на прогнозы исследователей, продажи какого-либо продукта проваливались, а все опросы, фокус-группы, тестирования оказывались ошибочными. И маркетологи затруднялись сделать вывод о том, в чём состоял промах выбранной стратегии. Многие товары, которые раньше были отмечены, как те что не будут иметь успеха среди потребителей, в итоге оказывались очень конкурентоспособными на рынке. Так, например, ликер Baileys изначально не понравился фокус-группе, но его все равно вывели на рынок, и теперь он пользуется большим спросом. Похожий случай произошел с энергетическим напитком Red Bull, о котором во время предварительных тестов отзывались, как о не отвечающем вкусовым пристрастиям потребителей, а сегодня он отлично продается во всем мире.

Поскольку от мнения потребителей зависит не только успех того или иного бренда, но и финансовое благополучие и социальная значимость целых групп создателей, исследователей и производителей продукта, в мире

проводятся серьезные исследования по созданию инноваций в сфере маркетинга, в частности, в разработке новых маркетинговых стратегий.

Так, Грегори С. Бернс и Сара Э. Мур провели следующие исследование. Молодых людей помещали в аппараты МРТ и давали им прослушать серию музыкальных треков малоизвестных исполнителей. Все треки были новые и ждали официальных релизов.

Испытуемым нужно было выбрать те музыкальные композиции, которые, по их мнению, могли бы занять первые места в музыкальных рейтингах. Вместе с тем сканировали мозг испытуемых. По окончании исследования выяснилось, что треки, которые понравились испытуемым и их мозгу были разные. Также оказалось, что лидерами стали те музыкальные композиции, которые предпочёл мозг испытуемых, а не их сознание [3].

Интересное исследование, заставляющее усомниться в эффективности метода борьбы с курением, было начато известным консультантом по маркетингу в области брендов Мартином Линдстромом, также в исследовании участвовали профессор прикладной нейровизуализации Джеммой Калверт и генеральный директор научно-исследовательского института в Австралии Ричард Зильберштейн. В этом исследовании были задействованные одни из самых современных технологий для изучения мозга: резонансная томография (МРТ) и топографическое картирование электрической активности мозга (ТКЭАМ). В ходе исследования рассматривалось влияние предупреждений о вреде курения, реалистичных фотографий пораженных органов на мозговую активность курильщика [2].

Казалось бы, что эти фотографии должны способствовать уменьшению курения путём создания негативных ассоциаций и страха за своё здоровье. Но профессор Калверт выяснила следующие интересные факты. Все предупреждения, информирующие о риске заболеваний, на самом деле стимулировали зону головного мозга курильщиков под название область

прилежащего ядра, отвечающего за получение удовольствий. Сам Линдстром считает, что люди отвечали о положительном влиянии на предупреждающие фотографии из-за того, что испытуемые подстраивались под ожидания, которые хотели получить исследователи.

Мы можем напрямую отметить, что люди считают эти предупреждающие картинки эффективными, но на самом деле результаты эксперимента говорят об обратном. Большое количество денег, расходуемых на борьбу с курением, пошли в никуда. Возможно стоит прекратить доверяться мнениям респондентов и интуиции при составлении рекламы и положиться на проверяемые методы?

В связи с выше приведёнными исследованием, становится понятно, что наше сознание не является достоверным источником полученных данных. На самом деле, оно является производным нашего мозга, отдельным его элементом. Как вторичные функции мозга регулируют телодвижение, глотание, дыхание, пищеварение, мочевыделение, уровень глюкозы и температуры, так же и сознание является его отдельной частью. Большинство этих процессов происходят без нашего ведома, они автоматически выполняются нашим мозгом. Нашему сознанию доступен лишь маленький фрагмент той информации, которую получает «подсознание». Вся интеллектуальная и иная работа происходит там, мы лишь фиксируем как наблюдатели то, что он производит.

На основе всестороннего анализа хода и последствий многочисленных экспериментов учеными многих стран была разработана технология нейромаркетинга.

Инновационность и интеллектуальная значимость этой стратегии заключается в том, что в основу технологии нейромаркетинга положена модель, согласно которой основная часть мыслительной деятельности человека,

включая эмоции, происходит в подсознательной области, то есть ниже уровней контролируемого осознания.

Данный подход позволяет обойти сознание, отойти от словесных формулировок респондентов, посмотрев на реальную работу мозга и поведение, которые им продиктовано.

Но при этом важно понимать, что новый метод оценки маркетинговых предпочтений не исключает важности иных маркетинговых исследований, которые должны дополнять и корректировать результаты, получаемые в нейромаркетинге, тем самым составляя полноценный портрет потребителя и его ожиданий.

Перечень источников ссылок

1. Амен Д. Д. Мозг и любовь. Секреты практической нейробиологии. М.: Эксмо, 2011. 304 с.

2. Линдстром М. Buyology. Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя. М.: Эксмо, 2009. 316 с.

3. Berns, Gregory and Moore, Sara E., A Neural Predictor of Cultural Popularity (December 17, 2010). URL: <https://ssrn.com/abstract=1742971> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1742971>.

Русінова А. О.,

студент,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»

Сучасні процеси глобалізації та інтернаціоналізації які зараз відбуваються у світовій економіці призводять до поступового стирання «економічних кордонів» між різними державами. У зв'язку з цим виникає необхідність підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств серед більшості зарубіжних країн, громадських організацій та інших інститутів. Одним із ефективних вирішень цієї масштабної задачі, що дозволить забезпечити визнання та конкурентоспроможність на міжнародному ринку окремій державі, регіону, галузі, а також первинній ланці національного господарства - підприємству є формування та розвиток експортного потенціалу, управління є індикатором здатності адекватно співпрацювати із зовнішнім середовищем.

Значний внесок у формування теоретичних основ та практичних аспектів, щодо управління експортним потенціалом підприємства зробили праці вітчизняних та зарубіжних вчених: А. Азрілліян, М. Дружкіна, О. Кириченка, Г. Крушницької, Т. Ломаченко, А. Мазаракі, Т. Мельнік, В. Рогов, М. Сейфуллаєвої, Д. Стеченко. У роботах вчених пропонуються різні підходи до визначення сутності експортного потенціалу, розглядаються питання, пов'язані з механізмом формування експортного потенціалу підприємства, акцентується увага на сучасних поглядах на проблеми ефективності експортного потенціалу та надаються рекомендації щодо їх розв'язання.

Для характеристики здатності суспільного виробництва випускати конкурентоспроможну продукцію, яка реалізується на зовнішніх ринках, у термінологічний апарат економічної науки було введено поняття «експортний

потенціал». Ця економічна категорія набула підвищеної уваги серед вчених і практиків у галузі міжнародного бізнесу. Але треба зазначити, що складність визначення цього поняття, проблеми формування та розвитку експортного потенціалу зумовили широкий плюралізм думок серед багатьох вчених. На жаль, єдиного універсального визначення цього терміну не існує.

Аналіз експортного потенціалу є ключовою сходинкою процесу щодо виходу підприємства на міжнародний ринок. У той же час даний процес є багаторівневим, що обумовлено комплексністю поняття «експортний потенціал».

Аналіз сучасних теоретичних праць свідчить про те, що не існує єдиного підходу до визначення категорії «експортний потенціал». Слід виділити три основні підходи для дефініції сутності поняття «експортний потенціал підприємства» – структурно-функціональний, ресурсний та результативний (рисунок 1) [4].



Рисунок 1 – Існуючі підходи для визначення сутності поняття «експортний потенціал підприємства»

Структурно-функціональний підхід спирається на методологічну схему «загальне – особливе – окреме» та понятійний ряд «потенціал – економічний потенціал – експортний потенціал», за якими експортний потенціал підприємства визначається як складова економічного потенціалу підприємства, що забезпечує формування його міжнародних конкурентних переваг [2], або як складова системи зовнішньоторговельних зв'язків підприємства [3].

Згідно з ресурсним підходом, який є домінуючим в сучасних дослідженнях, експортний потенціал підприємства визначається як здатність або можливість підприємства виробляти конкурентоспроможні товари і послуги, що можуть бути реалізовані на світових ринках [4]. Ці можливості визначаються ресурсною базою експортної діяльності, що має бути адаптована до конкурентного профілю зовнішнього ринку та факторної моделі конкурентоспроможності підприємства.

При цьому ототожнення експортного потенціалу із ресурсозабезпеченням припускає існування певної взаємообумовленості між показниками кількості ресурсів та їх сукупної спроможності, що є не обґрунтованою передумовою. По-перше, кількісна зміна у ресурсозабезпеченні не завжди має своїм наслідком адекватне реагування з боку показника інтегральної здатності системи, по-друге, кінцевий результат її функціонування формується, насамперед, за допомогою інтегральної спроможності ресурсів, які застосовуються у зазначеному процесі, а не є наслідком лише ресурсозабезпечення [3].

Результативний підхід базується на тлумаченні експортного потенціалу підприємства крізь призму його цільової орієнтації – як механізм або засіб досягнення певної мети, а конкретніше – максимального обсягу товарів і послуг, що можуть бути вироблені і реалізовані на світових ринках [1]. Відповідно до логічної конструкції «засіб – мета» визначаються характеристики експортного потенціалу, що уособлюють модель конкурентоспроможності підприємства.

Проведений аналіз існуючих підходів до визначення експортного потенціалу підприємства дозволяє виділити наступні особливості.

По-перше, експортний потенціал підприємства найчастіше або замінюється поняттям зовнішньоекономічного потенціалу, акцентуючи увагу на більш повному включенні підприємства в процеси глобалізації і міжнародного економічного співробітництва, або ототожнюється в цілому з поняттям зовнішньоекономічного потенціалу підприємства. Використання потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємством може зовсім не означати його участь у зовнішньоторговельних процесах, а мати на увазі під

собою створення спільних виробництв, націлених на внутрішній ринок, або запозичення зарубіжних технологій, інтелектуальної власності, товарних знаків, що само по собі є використанням можливостей, що надаються зовнішньоекономічною діяльністю. Тому ці два поняття необхідно розмежовувати, виділяючи експортний потенціал з потенціалу зовнішньоекономічної діяльності.

По-друге, деякі дослідники розглядають експортний потенціал підприємства як невід'ємну складову економічного потенціалу експортноорієнтованого підприємства, виражену в можливих обсягах поставок на експорт конкурентоспроможної продукції і не залежить від сфери діяльності підприємства.

Таким чином, аналіз існуючих теоретичних підходів свідчить, що проблема з'ясування сутності та особливостей формування експортного потенціалу залишається недостатньо вирішеною, що, в свою чергу, не забезпечує достатньої глибини і повноти пізнання економічного змісту експортного потенціалу.

Перелік джерел посилання

1. Волкодавова Э. В. Экспортный потенциал промышленных предприятий: теория, методология, практика: монография. Самара: Изд-во Самарский гос. экон. ун-та, 2007. 159 с.

2. Жук М. В. Экспортный потенциал региона: Теория, методология, практика: Монография / М. В. Жук; Ін-т регіон. дослідж. Чернівці: Рута, 2002. 199 с.

3. Кунцевич В. О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 7 (37). С. 123-130.

4. Піддубна Л. І. Експортний потенціал як системний ресурс міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Конкурентоспроможність та інновації : проблеми науки та практики»*. Харків, 14-15 грудня 2013р. НАУ. Харків, 2013.

Синіговець О. М.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

РОЗВИТОК ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СТАНОВЛЕННІ СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Світове господарство це глобальна система пов'язаних господарств держав та наддержавних утворень, що взаємодіють між собою у різних формах і утворені в результаті поділу праці. Сучасне визначення світового господарства формулює його як складну частину. Його утворюють національні господарства окремих країн і їх угруповань, що взаємозв'язані міжнародними економічними відносинами на основі міжнародного поділу праці. Механізм міжнародних відносин забезпечує його цілісність. Цілісність визначає також процес інтеграції економік держав і підтримується вона діяльністю міжнародних організацій, потужних ТНК. Економічними основами функціонування світового господарства називаються міжнародний поділ праці, інтернаціоналізація економіки і міжнародна конкуренція. На сучасному етапі розвитку світове господарство характеризується зростанням інтернаціоналізації економіки на основі поглиблення міжнародного поділу праці, створення багатовекторної системи міжнародних економічних відносин, формування міжнародних механізмів регулювання економічних взаємовідносин між країнами.

Таким чином, дослідження розвитку міжнародних економічних відносин з точки зору становлення сучасного світового господарства є актуальним.

Міжнародні економічні відносини виникають між суб'єктами господарювання різних країн з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ, це система різних господарських зв'язків між державами та іншими суб'єктами національних економік. Розвиток

міжнародних економічних відносин є основою утворення і реалізації економічних взаємозв'язків світового господарства. Вони представляють собою функціональну підсистему світового господарства, визначаються матеріальною основою взаємо переплетіння інтересів різних держав. Міжнародні економічні відносини мають кількісні і якісні характеристики, як глобальні реалізуються на макрорівні, наднаціональному рівні і мікрорівні. ТНК як суб'єкти цих відносин поєднують у своїй діяльності всі рівні. Слід відзначити значно більший економічний потенціал суб'єктів міжнародних економічних відносин порівняно з суб'єктами національних економічних відносин. Умови розвитку міжнародних економічних відносин характеризуються збільшенням валютного, соціального, політичного, транспортного, інформаційного ризиків. При формуванні господарського механізму в межах світового господарства визначається необхідність раціонального поєднання державного та наддержавного регулювання, транснаціональної планованості і ринкових важелів.

Основними групами країн у світовому господарстві є розвинені країни, країни, що розвиваються, і країни з перехідною економікою. Таким чином, міжнародні економічні відносини представляють собою систему зав'язків між економіками різних країн та відповідними суб'єктами господарювання.

Форми міжнародних економічних відносин визначають міжнародна торгівля товарами, послугами, виробниче співробітництво і інвестиційна діяльність, міграція робочої сили, міжнародні транспортні відносини, валютно-фінансові та кредитні відносини, інформаційні зв'язки, науково-технічне співробітництво [1]. Основними формами міжнародних економічних відносин через які реалізується функціонування сучасної світової системи господарства є міжнародна торгівля, міжнародний рух капіталів, міжнародна міграція робочої сили, міжнародні валютні і кредитні відносини, міжнародний обмін технологіями. В межах міжнародної торгівлі зростає вагомість продуктів інтелектуальної власності, що призначені були для продажу, а саме патенти,

ліцензії, ноу-хау, фірмові знаки, інші види експортних документів. На світовому ринку формується інтернаціональна вартість, складаються світові ціни. Світова торгівля стає сферою панування міжнародних монополій, особливо транснаціональних. Основною формою міжнародних економічних відносин зараз визнається міжнародний рух капіталу. Капітал спрямовується у пошуках більш високого прибутку. Іноземний і національний капітал забезпечує безперервність виробничого процесу і його розширення у світових масштабах, структурну перебудову світового господарства, забезпечує збільшення розмірів виробничого накопичення капіталу, сприяє його концентрації і централізації. В умовах НТР великих масштабів набуває міжнародний технологічний обмін в різних формах, як звичайного товару і як ефективного засобу конкурентної боротьби на світовому ринку.

Розвиток економічного співробітництва, валютних і фінансових відносин між окремими державами обумовив появу міжнародних фінансово-кредитних організацій, інститутів, створених на основі міждержавних угод з метою регулювання міжнародних економічних відносин. Провідними серед них є Міжнародний валютний фонд, Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку. Розвивається сучасна світова фінансова система в умовах фінансової глобалізації, що визначає поглиблення міжнародної фінансової інтеграції, формування системи міжнародних фінансових інститутів, розвитку фінансових інновацій. Стан світового фінансового ринку визначає приватний капітал. Формування єдиного фінансового ринку сприяє зростанню інтенсивності потоків капіталу. Сектор фінансових послуг має значний потенційний ринок, є важливим для підвищення ефективності економік [2]. Об'єднання в глобальну фінансову систему дозволяє направляти більші суми в економіку різних країн. Міжнародні валютні відносини є складовою частиною міжнародних економічних відносин. Світова валютна система включає сукупність національних валютних систем і міжнародних валютних відносин, у тому числі обслуговуючих ці відносини наднаціональних валютних інститутів і організацій. Розвиток міжнародної валютної системи здійснюється на принципах поліцентризму, взаємодії в межах єдиної системи локальних

валютних структур, проходить уніфікація економічної і валютної сфери. Створення регіональної валютної системи є підтвердженням і основою європейської інтеграції. Міжнародний кредит сприяє розвитку продуктивних сил, розширенню масштабів торгівлі, але ж і призводить до негативних наслідків, спричиняючи диспропорції в економіці країн. Міжнародний кредит відображає процес інтернаціоналізації світового виробництва. Нерівномірність нагромадження капіталу, соціально-економічного розвитку країн, відносний надлишок робочої сили зумовлюють міжнародну міграцію робочої сили. Економічні інтеграційні процеси набувають свого зростання і світового господарського значення. Регіональна економічна інтеграція є синтезованою формою з особливим акцентом на виробничо-інвестиційні міжнародні економічні відносини. Простежуючи розвиток міжнародних економічних відносин, їх можна поділити на традиційні, стратегічні і перехідні до стратегічних. Функціонування і розвиток міжнародних економічних відносин відповідає інтернаціоналізації і транснаціоналізації виробництва, утворенню загальних економічних основ. Змішані форми міжнародних економічних відносин утворюють відповідно субформи. Таким чином, в сучасних умовах міжнародні економічні відносини мають власну логіку розвитку і часто домінують над національними. Виходячи з сучасних реалій необхідно підвищити ефективність міжнародного і зовнішньоекономічного співробітництва України, означуючи зовнішньоекономічні пріоритети і будучи послідовними у своїх перетвореннях, вибудовуючи відносини економічного співробітництва з державами і міжнародними організаціями.

Перелік джерел посилання

1. Feenstra Robert, Taylor Alan. International economics. New York: Worth Publishers, 2008. 596 p.
2. Hieronymi Otto. Globalization and the Reform of the International Banking and Monetary System. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2009. 282 p.

Соколова Л. В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Зінченко М. Е.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Маркетингові дослідження – це систематичний збір та аналіз, пов'язаних з наявною ситуацією даних щодо маркетингової діяльності підприємства чи організації [1]. Існують традиційні та інноваційні методи маркетингових досліджень. Роль маркетингових досліджень полягає в оцінці маркетингових ситуацій, забезпеченні інформацією, яка уможливорює створення ефективної маркетингової програми підприємства.

Мета маркетингових досліджень полягає в ідентифікації як проблем, так і можливостей підприємства зайняти конкурентну позицію на ринку в конкретний час, знизити міру ризику та невизначеності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності [1].

Традиційні методи складаються з якісних та кількісних. Якісні методи маркетингових досліджень спрямовані на вивчення поглядів, відносин, думок та інтересів споживачів. Якісні методи дозволяють досліднику розібратися в складній та різноманітній природі дій покупців.

Поряд з сегментуванням ринків дуже важливо вміти передбачати запити споживачів, точно розбиратися в перевагах та спонукальних стимулах, визначати основні зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на споживачів.

Якісні методи є менш структурованими, взаємодія з респондентом виходить триваліша та гнучка, а отримані дані є більш детальними та глибокими за змістом, що означає збільшення ймовірності отримання нового розуміння та нових ідей.

До якісних методів відносять спостереження, інтерв'ю, роботу з експертами, фокусування в групі, тестування. Спостереженням називається безпосередній візуальний або із застосуванням засобів візуалізації (відеокамери, монітори) відсторонений контроль з боку дослідника за будь-яким явищем або процесом. Інтерв'ю – формалізована бесіда з респондентом, сфокусована на темі, що цікавить дослідника. Фокус-група – це об'єднана за деякими критеріями мала група, увага якої тимчасово сконцентрована на певній темі. Завдання фокусування складаються не тільки в тому, щоб отримати більш глибоку інформацію якісного характеру від кожного з учасників, але і в тому, щоб в ході обговорення виявити різні точки зору та позначити варіативність думок, поведінки і відносин [2].

Кількісні методи досліджень націлені на отримання інформації про велику кількість об'єктів дослідження: покупців, споживачів, підприємств. Головним завданням кількісних досліджень є отримання чисельної оцінки досліджуваної теми.

В основі кількісних методів досліджень завжди лежать статистичні моделі, в яких використовуються великі вибірки. Це дозволяє не просто отримати думки та припущення, а з'ясувати точні кількісні значення досліджуваних показників. Дослідження з використанням кількісних методів – це основний інструмент отримання необхідної інформації для планування і прийняття рішень у разі, коли необхідні гіпотези щодо поведінки споживачів вже сформовані за допомогою якісних методів. До кількісних методів відносять [3]:

– експеримент – це цілеспрямована зміна окремих параметрів товару: ціни, упаковки або окремих її елементів, розташування на полицях, комплектації, рівня обслуговування;

– масове опитування (анкетування). Масовим вважається опитування, в ході якого шляхом особистої бесіди співробітника дослідницької компанії з носіями інформації (респондентами), вивчаються думки кількох сотень або тисяч чоловік. Під анкетуванням розуміють безособову форму спілкування дослідників з носіями інформації, при якій респонденти самостійно відповідають на питання;

– моніторинг – система постійного збору, суцільного відстеження чітко визначеного, як правило, досить вузького кола даних.

У теперішній час набувають популярності інноваційні методи маркетингових досліджень, до яких можна віднести нейромаркетинг. Його можна визначити не тільки як інноваційний напрям, але як нове поле маркетингових досліджень, на якому вивчаються сенсорні, когнітивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули впливу на процес прийняття ними рішень щодо купівлі конкретного товару [4].

Серед інструментальних методів нейромаркетингових досліджень відповідно до [5] можна визначити такі, як: МРТ (магнітно-резонансна томографія); Eyetracker; детектор брехні; Facereading; Електроенцефалографія (ЕЕГ); Функціональна магнітно-резонансна томографія (ФмРТ або fMRI).

У період розвитку інтернет-технологій популярним засобом проведення маркетингових досліджень є онлайн-дослідження. Сильними сторонами онлайн-дослідження є: швидкість проведення дослідження та обробки інформації; відносно дешевий спосіб дослідження; можливість використання високотехнологічних методик, анімацій. Проте недоліком таких онлайн-опитувань є відсутність можливості спостерігати за реакцією респондентів при проведенні якісних досліджень й визначати невідповідності між вербальними та невербальними вираженнями [6].

Отже, основним об'єктом маркетингових досліджень виступають індивідуальні споживачі, які купують товари та послуги. Зміст маркетингових досліджень визначається товарною структурою і типом ринку. Залежно від поставлених цілей, змісту необхідної інформації та способів її збору в маркетингу необхідно обирати метод проведення та певний методичний інструментарій маркетингового дослідження.

Перелік джерел посилання

1. Зінорук Л. В. Маркетингові дослідження у процесі удосконалення комплексу маркетингу підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 5. С. 123-128.

2. Череп О., Меренкова В. Методи дослідження ефективності маркетингових досліджень. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 4. С. 96-98.

3. Стегура Е. С., Рега М. Г. Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 107-109.

4. Sokolova, L., Veriasova, G. and Zinchenko, M. (2020) «Theoretical And Practical Aspects Of Introducing Innovations In The Enterprise's Marketing Activity», *Innovative Technologies And Scientific Solutions For Industries*, (2 (12)), pp. 119-126. doi: 10.30837/2522-9818.2020.12.119.

5. Скригун Н. П., Метейко В. О. Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу на споживача. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 30. С. 67-70.

6. Суворова С. Г. Розвиток маркетингових інтернет-досліджень в умовах поширення електронної комерції. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2012. № 1 (11). С. 81-88.

Соколова Л. В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Колісник О. В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Сучасний розвиток економіки України характеризується економічною, політичною та соціальною нестабільністю. Інфляційні коливання, криза неплатежів та спад обсягів виробництва мають дуже великий негативний вплив на економіку країни, зокрема на діяльність підприємств малого бізнесу. Малі підприємства діють в жорстких умовах пандемії в країні, наслідком чого є зниження їх платоспроможності та фінансової стійкості, що може призвести до повного банкрутства. В цих умовах проблема оцінки фінансової стійкості малих підприємств є дуже актуальною.

Метою діагностики фінансового стану будь-якого підприємств є отримання певної фінансової інформації, аналіз якої дозволяє оцінити його фінансове становище, платоспроможність і прибутковість. Для діагностики фінансового стану підприємства існує безліч різних методик, заснованих на використанні формалізованих і неформалізованих показників [1-3].

Для оцінки рівня фінансової стійкості малих підприємств у роботі пропонується методичний підхід, який базується на застосуванні системи фінансових показників з обмеженою їх кількістю: коефіцієнт Бівера та показник загальної платоспроможності [3]. При цьому акцент зроблено на

розрахунку запропонованих фінансових показників за три роки, що надає можливість проаналізувати динаміку фінансової стійкості малих підприємств.

Коефіцієнт Бівера, як відомо, дозволяє найкраще оцінити рівень фінансової стійкості підприємств. Крім того, цей показник рекомендовано до застосування Міністерством економіки України [4] у складі переліку показників оцінки фінансового стану підприємства.

Для оцінки фінансової стійкості підприємства доцільно використовувати також показник платоспроможності, а саме спроможності підприємства в належні терміни, а також повною мірою відповідати за своїми зобов'язаннями [5,6]. Для цього пропонується розрахувати показник загальної платоспроможності, який свідчить про достатність ресурсів оборотних активів підприємства для погашення своїх поточних зобов'язань, що є дуже важливим для малих підприємств.

Для чотирьох малих підприємств (МП №1-МП №4) були проведені розрахунки двох шуканих показників, які характеризують їх фінансову стійкість. Пропонується рівні цих показників оцінювати за шкалою, яку наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Шкала оцінки рівнів фінансової стійкості підприємства

Рівень фінансової стійкості підприємства	Коефіцієнт Бівера	Показник загальної платоспроможності
Високий	0,4- 0,45	2,0-2,6
Середній	0,17	< 2,0
Низький	(0,15)	<= 1,0

Джерело: складено авторами на основі [3-5]

На рис. 1 наведено складену матрицю динаміки рівня фінансового стійкості малих підприємств, у якій відображено всі отримані значення двох фінансових показників. Від'ємне значення коефіцієнту Бівера для жодного досліджуваного малого підприємства відсутнє. А у разі наявності малих підприємств з від'ємним значенням коефіцієнта Бівера потребується переформатування даної матриці у формат «3×4», тобто 12 квадрантів.

Побудована матриця містить 9 квадрантів, кожен з яких характеризується різними значеннями складових. Пропонується розділити матрицю за 3 рівнями: високий, середній, низький за кожним із двох обраних фінансових показників. Акцент зроблено на розрахунку показників у динаміці за три роки.

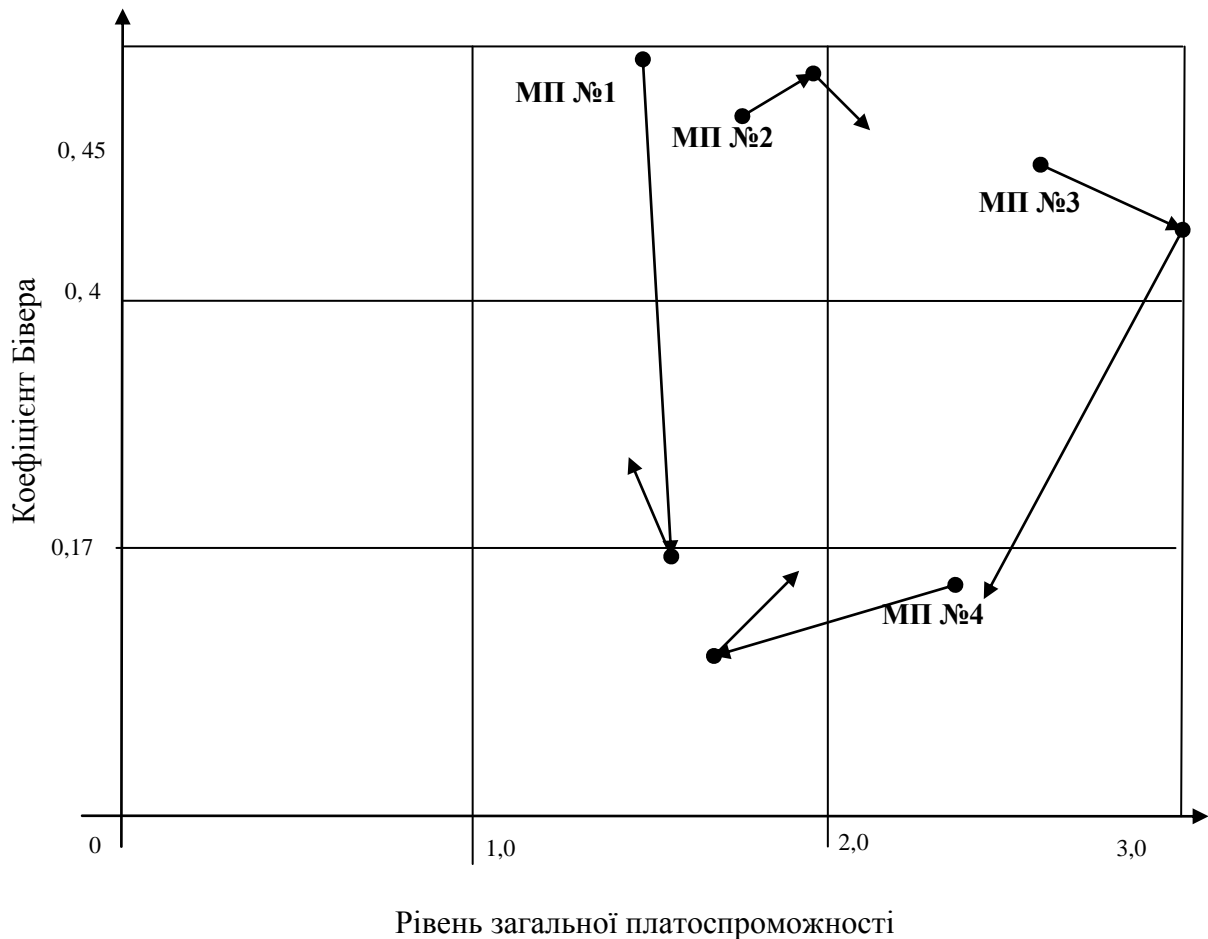


Рисунок 1 – Матриця динаміки рівня фінансової стійкості малого виробничого підприємства

Джерело: складено авторами

У матрицю заносять значення показників фінансової стійкості та загальної платоспроможності на відповідні моменти часу, а потім об'єднують їх стрілками від попереднього моменту часу до наступного. Таким чином, будується траєкторія фактичної зміни рівня фінансової стійкості кожного малого підприємства за відповідний аналізований проміжок часу. Якщо

проаналізувати матрицю динаміки рівня фінансової стійкості, що зображено на рис. 1, то можна побачити, що рівень фінансової стійкості майже всіх підприємств змінювався протягом трьох років, і тільки одне підприємство (МП № 2) протягом трьох років залишилося на високому рівні фінансової стійкості.

Перевагами запропонованого метода є простота розрахунків показників, наочне представлення результатів розрахунків, а також можливість оцінити рівень фінансової стійкості підприємств у динаміці, що в подальшому може бути враховано при розробці стратегії розвитку та прийнятті управлінських рішень.

Перелік джерел посилання

1. Соколова Л. В., Полозова Т. В. Теоретичне забезпечення діагностики як превентивний захід запобігання банкрутства підприємств. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Збірник наукових праць. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Харків: НТУ «ХПІ». 2014. № 65 (1107). С. 152-160.

2. Клебанова Т. С., Бондар О. М., Мозенков О. В. та ін. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 272 с.

3. Кононенко О., Маханько О. Аналіз фінансової звітності. 2-е вид., перероб. і доп. Харків: Фактор, 2009. 224 с.

4. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: [наказ Мін. економіки України від 19.01. 2006 р. № 14 (у ред. від 26 жовтня 2010 р. № 1361)].

5. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 328 с.

6. Тарасенко Н. В., Вагнер І. М. Фінансовий аналіз. Львів: «Новий світ», 2011. 444 с.

Соколова Л. В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Литвинова А. В.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Успішна реалізація стратегії випереджального розвитку промисловості України, забезпечення конкурентоспроможності підприємств регіонів країни в умовах Євроінтеграції у значній мірі визначається обсягами інвестування їх діяльності. Інвестиційна привабливість країни зумовлює притік інвестицій, без яких неможливим є нормальний, економічно ефективний розвиток країни [1].

У зв'язку з гострою необхідністю залучення інвестиційних ресурсів та їх обмеженістю актуальною на сьогодні постає проблема підвищення інвестиційної привабливості регіонів, що потребує оцінки цієї характеристики. Інвестори повинні мати адекватну інформацію про стан об'єкта вкладання коштів, про надійність та впевненість в отриманні очікуваних результатів від інвестування [2]. Крім того, поширення децентралізації в Україні можливе за рахунок розгляду цього питання на регіональному рівні, що дозволить конкретизувати задачі, а отже, залучити іноземних інвесторів до реалізації регіональних проєктів.

На прийняття інвестиційного рішення потенційними інвесторами на рівні регіонів впливає певна сукупність чинників як економічного, так і політичного характеру, у зв'язку з чим актуалізується питання оцінки інвестиційної привабливості регіонів країни. Визначимо дефініцію поняття «інвестиційна

привабливість регіону» як інтегровану поточну характеристику переваг та недоліків об'єктів інвестування, яка в сукупності обумовлює можливість та доцільність здійснення інвестицій на певній території у поточному та перспективному періоді, що визначається з урахуванням мотивації різних груп інвесторів [3]. По суті інвестиційна привабливість регіону є показником, який відображає вигідність, або навпаки, вкладення коштів у конкретний економічний регіон. Можна визначити таку послідовність проведення аналізу вибору інвестиційно привабливих регіонів, серед яких за обраною методикою можна оцінити рівень інвестиційної привабливості кожного регіону:

1. Аналіз інвестиційного клімату у країні за ринковими, макроекономічними та загальними показниками;

2. Аналіз інвестиційної привабливості галузей національної економіки за показниками: ринкова кон'юнктура, рівень конкуренції, технологічні аспекти, соціальні питання, бар'єри входження в галузь та виходу з неї, вплив на екологію, взаємовідношення із постачальниками тощо;

3. Аналіз інвестиційної привабливості регіонів за показниками: загальноекономічний розвиток, ділова активність, демографічний і соціальний розвиток, розвиток інвестиційної інфраструктури, регіональні ризики, криміногенність, природно-кліматичні ризики [4].

Інвестиційна привабливість регіону є складною економічною категорією, на основі якої розраховується узагальнений показник оцінки, котрий характеризує спроможність регіону залучати інвестиції. Проведений аналіз останніх досліджень і публікацій за даною тематикою дозволив зробити висновок, що існує певна сукупність підходів як до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість регіону», так і до оцінки аналогічного за назвою показника. Найбільш поширеним методичним підходом є оцінка рівня інвестиційної привабливості рейтинговим методом. Його сутність полягає в аналізі аспектів розвитку регіону, формуванні аналітичних і синтетичних показників за групами та за рахунок інтегрального показника. Характеристику

матричного та рейтингового методів оцінки шуканого показника надано у науковій праці [5].

Із метою визначення інвестиційних переваг регіону доцільно застосовувати спеціальні індекси, що спираються на кількісну характеристику різних аспектів життєдіяльності регіону. Виходячи з цього, найбільш обґрунтованою видається ієрархічна схема. Верхній поріг – це узагальнюючий інтегральний індекс інвестиційних переваг регіону, другий – групові інтегральні індекси життєдіяльності регіону, третій – часткові інтегральні індекси, що характеризують інвестиційні переваги регіону [6]. Розрахунок K_i -их групових інтегральних індексів, що характеризують певні аспекти інвестиційних переваг регіону, проводиться за формулою :

$$K_i = \sqrt[m]{\prod_j}, \quad (1)$$

де m – кількість ознак (j -их локальних індексів), $j=(1;m)$.

Розрахунок зведеного інтегрального індексу інвестиційної привабливості регіону K провадиться за формулою:

$$K = \sqrt[n]{\prod q}, \quad (2)$$

де n – це кількість блоків, за якими доцільно здійснювати дослідження інвестиційних переваг регіону;

q – кількість групових інтегральних індексів оцінки.

Розрахунок показника K здійснюється на основі таких інтегральних групових індексів, як: індекс інвестиційних переваг регіону (локальні інтегральні індекси виробничого, освітнього, трудового, фінансового, потенціалів, а також інфраструктури ринків регіону); індекс комунікаційної і комерційної інфраструктури регіону (локальний інтегральний індекс

комунікаційної інфраструктури регіону); індекс комерційної інфраструктури регіону; індекс інвестиційної привабливості регіону [7]. Таким чином, запропонований підхід щодо науково-методичного забезпечення процедури оцінки інвестиційної привабливості регіонів країни дозволяє враховувати потенціал розвитку, рівень ризику та стан економічного розвитку регіонів. Цей підхід повинен допомогти у вирішенні таких завдань, як підвищення ефективності використання інвестиційних ресурсів; формування оптимальних територіальних напрямлень інвестиційних потоків; створення сприятливішої інвестиційної привабливості; стратегічного планування та формування інвестиційної політики; удосконалення механізмів обґрунтування і залучення інвестицій; зниження ступеня ризиків для інвесторів і кредиторів.

Перелік джерел посилань

1. Бутко М., Зеленський С., Акименко О. Сучасна проблема оцінки інвестиційної привабливості регіону. *Економіка України*. 2005. № 11. С. 30-37.
2. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів України. URL: [visnik.knute.edu.ua > files > 2013/05 > 3.pdf](http://visnik.knute.edu.ua/files/2013/05/3.pdf).
3. Оніщенко О. А. Теоретичні аспекти визначення інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості. URL: [www.irbis-nbuv.gov.ua > irbis_nbuv > cgiirbis_64 > U](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgiirbis_64).
4. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. Київ: МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. 448 с.
5. Стахорська С. І. Методичний підхід щодо оцінки інвестиційної привабливості регіонів України. *Управління розвитком*. 2016. № 4. С. 30-38.
6. Петровська С. А. Оцінка інвестиційної привабливості регіону: методичний аспект. *Механізм регулювання економіки*. 2013. № 2. С. 113-126.
7. Уманець Т. В. Оцінка інвестиційної привабливості регіону за допомогою інтегральних індексів. *Економіка і прогнозування*. 2006. № 4 (186). С. 133-145.

Соколова Л. В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Огородник В. А.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стан сучасної вітчизняної економіки характеризується посиленням конкурентної боротьби між підприємствами-товаровиробниками, успішна діяльність яких залежить від досягнення високого рівня конкурентоспроможності за умов ефективно побудованої системи управління їх конкурентним потенціалом. У ринкових умовах поняття «конкурентний потенціал» набуває великої актуальності, як одна з основоположних характеристик стійкості підприємства та його розвитку в перспективі [1].

Аналіз наукових здобутків учених свідчить про перехід від трактування потенціалу підприємства як сукупності певних його коштів до сприйняття потенціалу як можливості перетворення існуючих факторів успіху в майбутні [2]. Само поняття «потенціал» трансформується в більш актуальніше на сьогоднішній день поняття – конкурентний потенціал або бізнес-потенціал підприємства. Це обумовлено тим, що забезпечення ефективного функціонування та успішного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах господарювання вимагає застосування відповідного підходу і методичного інструментарію до формування конкурентних стратегій, виявлення їх конкурентних переваг.

Під конкурентним потенціалом підприємства відповідно до рекомендацій науковця Бабиної О. Є. [3] маються на увазі внутрішні і зовнішні можливості

підприємства, які дозволяють йому провадити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. Автор роботи [4] Толпежников Р. А. розглядає бізнес-потенціал як можливість носія потенціалу перетворювати фактори успіху в кінцевий результат – створення нового потенціалу і перетворення існуючих факторів успіху в чинники успіху майбутнього через реалізацію проактивних цілей. Вчені Аренков І. А., Саліхова Я. Ю., Гаврилова М. А. визначають конкурентний потенціал через конкурентні можливості, в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні ресурси компанії [5]. У сучасному трактуванні потенціал підприємства розглядається як сукупність стратегічних ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства і мають визначальне значення для можливостей і меж функціонування підприємства в тих чи інших умовах. При цьому конкурентний потенціал підприємства являє собою системне утворення ресурсів, яке характеризується відповідними кількісними і якісними показниками (параметрами) і відображає можливості активного, динамічного саморозвитку в процесі цілеспрямованої діяльності в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища» [6]. Система конкурентного потенціалу підприємства на думку авторів роботи [2] уявляє собою сукупність якісно визначених елементів, що виконують функцію забезпечення розвитку та конкурентоспроможності підприємства, між якими існує закономірний зв'язок або взаємодія.

Таким чином можна стверджувати, що конкурентний потенціал підприємства являє собою його внутрішні і зовнішні конкурентні можливості, які дозволяють підприємству на основі раціонального, оптимального використання сукупності ресурсів вести на ринку ефективну боротьбу з конкурентами шляхом формування своїх конкурентних переваг. При цьому конкурентна перевага підприємства є причиною, конкурентоспроможність підприємства – наслідком, а конкурентний потенціал підприємства утворює основу забезпечення перемоги в конкурентній боротьбі за переваги споживача.

Конкурентна перевага є активами підприємства, характеристиками товару або марки, а також специфічними формами організації бізнесу, які забезпечують підприємству певну перевагу над конкурентами. Воно завжди є відносним в порівнянні з підприємством, що займає найкращу позицію на ринку.

Конкурентний потенціал підприємства об'єднує одночасно три рівні зв'язків і відносин [7]: а) конкурентний потенціал відображає минуле (ресурси), тобто сукупність властивостей, накопичених системою в процесі її становлення, і таких, що зумовлюють можливість до її функціонування і розвитку; б) конкурентний потенціал характеризує рівень практичного вживання і використання наявних можливостей, що забезпечує розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей («резерв»); 3) конкурентний потенціал орієнтується на розвиток у майбутньому. Будучи єдністю стійкого і змінного станів, конкурентний потенціал містить (як можливі) елементи майбутнього розвитку підприємства.

У сучасних нестабільних, мінливих умовах господарювання існує об'єктивна необхідність у якісному, компетентному стратегічному управлінні розвитком конкурентного потенціалу підприємства, тобто діяльністю, яка спрямована на забезпечення конкурентного становища підприємства на ринках збуту, становлення і розвиток ринкових відносин між підприємством і його бізнес-середовищем, формування відповідної організаційної структури управління.

Головними стратегіями управління конкурентним потенціалом підприємства можна розглядати концентрацію ресурсів суб'єкта господарювання для попередження дій конкурентів, утримування ініціативи в конкурентній боротьбі, забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробку гнучкої системи планування діяльності підприємства на ринку шляхом обґрунтування ефективної стратегії взаємодії з конкурентами. Стратегічне управління конкурентним потенціалом підприємства, як процес розробки і реалізації портфеля його маркетингових

конкурентних стратегій, здійснюється для адекватного та своєчасного реагування топ-менеджерів підприємства на зміни в конкурентному середовищі з метою отримання довгострокових конкурентних переваг.

Перелік джерел посилання

1. Стахова М. В., Малик О. В. Конкурентний потенціал як основа формування конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2017. Вип. 16. С. 468-473.

2. Соколова Л. В., Верясова А. Н., Соколов О. Е. Теоретико-методологический базис управления развитием конкурентного потенциала предприятия. *Економіка і Фінанси*. 2016. № 12. С. 125-133. URL: <http://openarchive.nure.ua/handle/document/6991>.

3. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків : УДАЗТ, 2011. № 36. С. 23-26.

4. Толпежников Р. А. Генезис понятия потенциал предприятия и определение его сущности. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*: збірник наукових праць: у 3-х т. / ПДТУ. Маріуполь, 2011. Т. 3. С. 125-130.

5. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития. *Проблемы современной экономики*. 2011. № 4 (20). URL: www.mecconomy.ru/art.php?nArtId=3801.

6. Потенциал предприятия: понятие и оценка ... URL: www.grandars.ru/college/.../potencial-predpriyatiya.html.

7. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 40-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_7_13.

Соколова Л. В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економічної
кібернетики та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Шапошник Б. В.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах Євроінтеграції економіки України особливе значення має оновлення виробничого потенціалу підприємств. Необхідною передумовою його прискорення і забезпечення на цій основі сталого й конкурентоспроможного функціонування та розвитку підприємств є необхідна та достатня наявність інвестиційних ресурсів та можливість їх залучення з урахуванням інвестиційної привабливості промислових об'єктів – підприємств.

Ступінь інвестиційної привабливості підприємств є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об'єкт.

В економічній літературі до сьогодні не вироблений єдиний підхід до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість» та її взаємозв'язків із конкурентоспроможністю підприємства та його сталим розвитком, також відсутня чіткість у визначенні сутності інвестиційної привабливості та системи її оцінки. Так, у роботі [1] зазначено, що оцінка інвестиційної привабливості повинна дати відповідь на такі питання: куди, коли і скільки ресурсів може спрямувати інвестор у процесі здійснення інвестицій. Співставлення низки підходів до трактування поняття інвестиційна привабливість підприємства

свідчить про їх різноманіття й певну неузгодженість, що підтверджується нижчевикладеним.

Лексично схожими є визначення, що їх надано у наукових працях [2, 3], за якими інвестиційна привабливість є інтегральною характеристикою окремих підприємств – об'єктів потенційного інвестування з позиції перспективності розвитку виробництва та обсягів збуту продукції, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності й фінансової стійкості. Певна когорта науковців вважає, що інвестиційна привабливість є інтегральною характеристикою об'єкта потенційного інвестування з точки зору його наявного стану, перспектив розвитку, обсягів і перспектив отримання і розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності. Певною мірою такі тлумачення корелюють із позицією, відповідно до якої пропонується визначення інвестиційної привабливості підприємства як комплексної характеристики об'єкту потенційного інвестування, що базується на його наявному стані, перспективах розвитку, кадровому потенціалі, обсягах і перспективах отримання і розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансовій стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності. Можна вважати, що інвестиційна привабливість підприємства являє собою його комплексну характеристику з позицій майбутнього інвестування і відображає, насамперед, перспективи його розвитку та фінансово-економічний стан.

Інвестиційна привабливість – це інтегральна характеристика основних слабких та сильних сторін досліджуваного об'єкта за вимогами сформованими інвесторами для забезпечення власних потреб. Це поняття відбиває зацікавленість інвестора у вкладанні власного капіталу. Цей інтерес безпосередньо залежить від інвестиційного клімату регіону та показників ефективності реалізації інвестиційних проєктів. Зазвичай інвестиційна привабливість об'єкта визначається у вигляді рангу, що відображає його місце

у рейтинговому списку, який включає його потенціальні можливості та обмеження його потужностей на фоні загальних ризиків.

Визначення інвестиційної привабливості варто розглядати не тільки як об'єднаний фінансово-економічний показник, а й як систему кількісних показників оцінки господарського, фінансового, технічного потенціалів підприємства, що дозволяє оцінити позицію конкретного підприємства відповідної галузі та регіону. Остаточний результат щодо інвестиційної привабливості підприємства дозволяє інвесторам більш точно оцінити стан і можливості вибраного підприємства України.

Перелік джерел посилання

1. Глазунов В. Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций. Москва: Финстатинформ, 1997. 135 с.

2. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. Киев: Эльга-Н, Ника-Центр, 2002. 286 с.

3. Савчук В. П., Прилипко С. И., Величко Е. Г. Анализ и разработка инвестиционных проектов. Київ : Абсолют-В, Эльга, 1999. 304 с.

4. Активізація і підвищення ефективності інвестиційних процесів на підприємствах / В. М. Хобта., О. Ю. Попова, А. В. Мешков: Монографія / НАН України. Ін-т економіки пром-ті. МОН України, ДонНТУ. Донецьк, 2005. 343 с.

5. Покатаєва К. П. Методичний підхід до інтегральної рейтингової оцінки інвестиційної привабливості підприємства на основі факторного аналізу // *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. *Технічний прогрес і ефективність виробництва*. Харків: НТУ «ХПІ». 2007. № 14. С. 57-69.

6. Соколова Л. В. Науково-методичне забезпечення оцінювання інноваційно-інвестиційної привабливості підприємств олійно-жирового комплексу. *Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. 2014. № 3 (25). С. 10-17.

Степаненко С. В.,

*к.е.н., старший викладач кафедри міжнародного бізнесу,
фінансів та обліку,*

*Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

Гулюк О. І.,

студент,

*Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ

Важлива роль банківської системи в національній економіці обумовлена її функцією як основного посередника в перерозподілі вільних фінансових ресурсів між суб'єктами для підвищення ефективності їх розміщення та використання цих ресурсів. Несприятлива ситуація, яка склалася в національній банківській системі, що характеризується скороченням чисельності банків, тривалим періодом негативних результатів за показником чистого прибутку з 2014 р. по 2017 р., обумовленим значними відрахуваннями в резерви, високою часткою проблемних кредитів, яка на 1 січня 2020 року, незважаючи на позитивні тенденції до скорочення, залишається високою і становить 48,4% [1], вимагає ґрунтовного перегляду управління банківськими портфелем, що і обумовлює актуальність дослідження.

Серед дослідників відсутня єдність розуміння природи банківського портфелю. Так, Дж. Сінкі під цим поняттям розуміє «сукупність фінансових активів», а сам банк бачиться «як портфель доходних активів, переважно кредитів [2, с. 10], а Е. Дж. Долан додає до активів пасиви [3]. Російський

дослідник Р. В. Капшитар під цим поняттям розуміє структуровані та взаємопов'язані вимоги та обов'язки комерційного банку, які характеризуються параметрами ризику, доходності та ліквідності, що знаходяться під впливом безпосередньо самої структури портфелю або зміни зазначених параметрів як в залежності від динаміки складових портфелю, так і під впливом інших параметрів, включаючи ринкову кон'юнктуру [4]. А. Н. Фат'янова вважає, що банківській портфель – це множина субпортфелів, кожен з яких в залежності від його складових елементів має відповідну природу: кредитний, інвестиційний, депозитний, цінних паперів тощо [5]. Зазначена множина критеріїв, які характеризують банківський портфель, розвинута Д. А. Трифоновим, який наголошує, що вони мають трансформуватися в пошук оптимального співвідношення характеристик терміновості, вартісної та ризикової структури пасивів шляхом зміни складу портфелів [6, с. 11].

В дослідженні українського автора [7] наголошується, що банківський портфель може розглядатися як сукупність бізнесів (корпоративний, індивідуальний, міжбанківський, інвестиційний), продуктів або клієнтів, що, відповідно, дозволяє виокремлювати бізнес-портфель, продуктовий і клієнтський. Крім зазначених класифікацій виокремлюють бізнес розвитку, фінансово-інституційний, картковий, інвестиційний тощо. Під бізнесом розвитку розуміється нарощення мережі філіалів; фінансово-інвестиційний передбачає форми взаємодії банків з іншими фінансово-кредитними інститутами. Відповідно, авторка пропонує збалансоване управління стратегічним портфелем банку як взаємопов'язане управління регіональним бізнес-портфелем, продуктовим і клієнтським з позиції зростання потенціалу, ризиків і прибутковості.

В цілому під портфелем розуміється сукупність форм і видів економічної, фінансової діяльності, відповідних їм документів, коштів, замовлення або об'єктів [8]. Переважна більшість досліджень у сфері банківської системи

сконцентрована на аналізі кредитного, інвестиційного, депозитного портфелю або портфелю цінних паперів. Комплексні дослідження банківського портфеля в цілому фактично відсутні, що свідчить про недостатність уваги з боку науковців до цієї складної проблеми.

Проводячи аналогію з проектними менеджментом, де питанням портфельного управління надається значна увага, банківський портфель варто розуміти як множину взаємопов'язаних субпортфелів або міні-портфелів, які представляють собою види бізнесу, кожен з яких розглядається в територіальному, клієнтському та продуктовому розрізі, де параметрами оцінювання варто вважати ліквідність, дохідність, ризикованість і потенціал, управління яким дозволяє ефективніше реалізовувати стратегічні цілі функціонування кожного банку окремо та банківської системи в цілому. Таким чином, управління портфелем по своїй природі передбачає саме стратегічне управління, адже здійснюється на найвищому рівні агрегації окремих типів бізнес-активностей банку.

Сучасний стан банківської системи орієнтує кредитні установи на здійснення збалансованого управління стратегічним банківським портфелем. Збалансований розвиток за своєю природою передбачає врівноважені кількісні та якісні зміни параметрів усіх складових об'єкту. В контексті нашого дослідження збалансоване управління стратегічними портфелем передбачає розподіл ризиків пропорційно між всіма видами банківської активності (між субпортфелями та міні-портфелями), ефективне планування дохідності активних операцій із врахуванням вартості формування пасивів та планування темпів капіталізації.

Між розглянутими параметрами оцінювання існують специфічні взаємозв'язки. Рівень прибутковості окремих типів бізнесу залежить від ринкової кон'юнктури, стану зовнішнього середовища, ступеня регулювання ринку та наявності конкурентних переваг – тобто від ефективності ведення банківської діяльності за окремими напрямками. Чим більше ризиків приймає

банк, тим традиційно вище його прибутковість і ринкова вартість у короткостроковому періоді. Натомість фінансова стійкість і стабільність діяльності банку в довгостроковому періоді можлива при належному ступені капіталізації, достатньому рівні ліквідності і невисоких дивідендних виплатах – цей стан досягається при компромісному поєднанні стратегії ліквідності та максимізації прибутковості. Отже, критерії ліквідності та прибутковості є обернено пропорційними і встановлення їх співвідношення є одним із найважливіших компонент управління стратегічними портфелем банку.

Управління ризиками є однією із найважливіших сфер у банківській діяльності в цілому, так як кожна банківська операція більшою або меншою мірою пов'язана із ризиками. Отже встановлення значень параметру ризикованості окремих портфелів у рамках стратегічного банківського портфелю вимагає узгодження із корпоративною політикою управління ризиками, враховуючи обсяг створюваних резервів для їх покриття.

Управління стратегічними портфелем банку передбачає не лише визначення сфер бізнесу та комплексу банківських продуктів, які пропонується різним категоріям клієнтів, поряд із інвестиційною діяльністю та торгівлі цінними паперами, але й розподіл ресурсів на реалізацію зазначених типів бізнесу. Отже зміст управління стратегічними портфелем банку передбачає узгодження субпортфелів відповідно досягненню стратегічної мети розвитку банку в довгостроковій перспективі (максимізація віддача капіталу для збільшення ринкової вартості при намірах продажу бізнесу, збалансованість прибутковості та ліквідності для забезпечення фінансової стійкості і стабільного збільшення капіталізації), розподілу ресурсів, повноважень і відповідальності між ними.

Перелік джерел посилання

1. У 2019 році частка непрацюючих кредитів у банках вперше за останні роки знизилася нижче 50%. Офіційний сайт Національного банку України.

<https://bank.gov.ua/ua/news/all/u-2019-rotsi-chastka-nepratsyuyuchih-kreditiv-u-bankah-vpershe-za-ostanni-roki-znizilasya-nijche-50>

2. Синки Дж.-мл. Управление финансами в коммерческих банках: пер. с англ. Москва: Catallaxy, 1994. 820 с.

3. Долан Э.Дж., Кэмпбелл К.Д., Кэмпбелл Р.Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. [пер. с англ.: В.В. Лукашевич и др.]. Москва: Изд-во АНГ [и др.], 1996. 446 с.

4. Капшитар Р. В. Управление портфельным риском в коммерческом банке: дис. канд. экон. наук: 08.00.10. СПб., 2004. 174 с.

5. Фатьянова А. Н. Кредитный портфель коммерческого банка: стратегический, тактический и методический аспекты управления: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10. Саратов, 2009. 166 с.

6. Трифонов Д. А. Формы проявления портфельного подхода в управлении пассивами коммерческого банка. *Финансы и кредит*. 2012. № 13. С. 11-18.

7. Шульга Н. П. Управління стратегічним портфелем банку та роль контролінгу в його сервісній підтримці. *Світ фінансів*. 2006. № 2(3). С. 80-88.

8. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Г 65 Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 264 с.

Степанова О. В.,

к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики

та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки

АЛГОРИТМ ОЦІНКИ І РАНЖУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ

Аналіз економіки регіонів України свідчить про неоднорідність економіко-соціального їх розвитку. Інвестиції являють собою один з найважливіших чинників економічного зростання як економіки регіонів, так і держави у цілому. Виходячи з цього, з одного боку, Україні вкрай необхідні інвестиції, а з іншого, інвесторам необхідна інвестиційна привабливість регіонів. Ефективність інвестиційної діяльності значною мірою визначається рівнем інвестиційної привабливості. Дослідження сутності поняття інвестиційна привабливість набуває особливої важливості. В економічній літературі відсутнє єдине загальновизнане визначення поняття «інвестиційна привабливість регіону» [1]. Розглянемо деякі визначення цього поняття:

а) інвестиційна привабливість – це система або поєднання різних об'єктивних ознак, засобів, можливостей, що обумовлюють у сукупності потенційний платоспроможний попит на інвестиції в даній країні, регіоні, галузі;

б) інвестиційна привабливість регіонів – це інтегральна характеристика окремих регіонів країни з позицій ефективності здійснення в них інвестиційної діяльності;

в) інвестиційна привабливість регіонів – інтегральна характеристика окремих регіонів країни з позиції інвестиційного клімату, рівня розвитку інвестиційної інфраструктури, можливостей залучення інвестиційних ресурсів та інших факторів, які істотно впливають на формування дохідності інвестицій та інвестиційних ризиків.

На наш погляд, найбільш повно віддзеркалює сутність інвестиційної привабливості наступне визначення: «Інвестиційна привабливість регіону визначається як відповідність регіону головним цілям інвесторів, що полягають у прибутковості, безризиковості та ліквідності інвестицій».

Відсутність загальноприйнятого визначення категорії «інвестиційна привабливість регіону» призвело до того, що не існує єдиного методичного підходу щодо її оцінки. Відповідно до [2], сучасні методики оцінки інвестиційної привабливості регіону можна класифікувати як:

- а) методи обробки даних;
- б) систему показників.

За методами обробки даних можна виділити описово-творчий і рейтинговий підхід. Описово-творчий підхід полягає в описі експертом абсолютних показників, структури та динаміки показників розвитку регіону і формуванні висновків щодо бізнесового клімату в регіоні.

Рейтинговий підхід полягає у формуванні аналітичних показників, об'єднанні їх у синтетичні показники за групами та формуванні інтегрального показника. За цим показником, або системою синтетичних показників, визначається рейтинг регіону в списку аналізованих регіонів.

Методики оцінки інвестиційної привабливості регіону, які базуються на системі показників, забезпечують багато різноманітних підходів до її формування. Всі показники, які пропонуються в методиках, можна згрупувати так:

- а) показники загальноекономічного розвитку;
- б) показники потенціалу регіону;
- в) показники ризиків.

Результати таких оцінювань формують інтегральний показник інвестиційної привабливості регіону, який лише показує місце регіону серед інших і нічого не говорить про пріоритетні напрями інвестицій на даній території.

Розглянуті підходи до оцінки інвестиційної привабливості регіонів мають ряд недоліків, до яких можна віднести такі:

а) труднощі щодо виділення суто регіональної складової інвестиційної привабливості (тобто розмежування регіонального компонента та загальнонаціонального);

б) проблема поєднання в одному показнику даних кількісної та якісної статистики;

в) труднощі поєднання в одному показнику оцінки факторів універсального характеру з оцінкою специфічних (для конкретних галузей) факторів.

Географічна та соціально-економічна різноманітність регіонів України дає можливість запропонувати інвесторам конкретні регіони під той напрямок діяльності, в який інвестор планує вкласти кошти. Інвестор має отримати достовірну, повну та наочну інформацію з інвестиційної привабливості регіонів, які відповідають конкретному напрямку вкладення інвестицій. Тому автор вважає, що для забезпечення наочності інформації раціонально використовувати картографічний метод. Картографічний метод – це метод наукового дослідження, в якому карта виступає як модель досліджуваного об'єкта і як проміжна ланка між об'єктом і дослідником. Суть даного методу полягає у включенні до процесу вивчення реальності географічної карти або карти-схеми як моделі досліджуваних явищ. Це дає змогу наочно відтворити особливості територіального розміщення продуктивних сил країни та регіонів. У такому вигляді набагато краще сприймаються особливості розміщення будь-яких економічних об'єктів чи демографічні відмінності. Особливо зрозумілими стають статистичні матеріали, які характеризують рівні розвитку галузей господарства країни та її регіонів.

Регіонів, які відповідають конкретному напрямку вкладення інвестицій, може бути декілька, тому інвестор має отримати інформацію про привабливість цих регіонів за обраними показниками. Алгоритм ранжування регіонів за інвестиційною привабливістю наведено на рисунку 1.

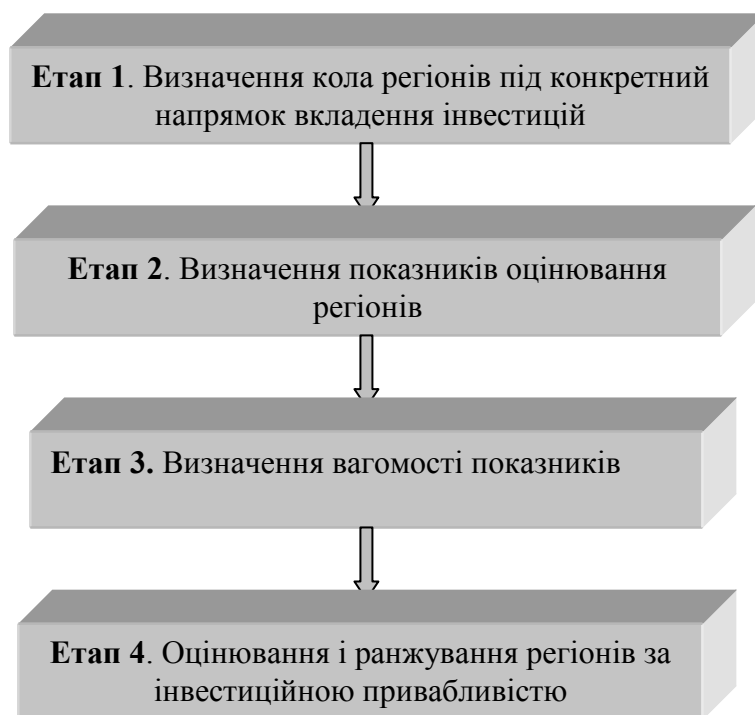


Рисунок 1 – Алгоритм ранжування регіонів за інвестиційною привабливістю

Джерело: складено автором

Визначення кола регіонів під конкретний напрямок вкладення інвестицій здійснюється з використанням картографічного методу. Визначення показників оцінювання інвестиційної привабливості регіонів та їх вагомості здійснюється з залученням експертів. Для оцінювання і ранжування регіонів використовується адитивна функція корисності. Таким чином, інвестори отримують інформацію, яка надає їм можливість розглядати варіанти вкладення коштів.

Перелік джерел посилання

1. Бланк І. О., Гуляєва Н. М. Інвестиційний менеджмент кредит: підручник. Київ: КНТЕУ, 2003. 397 с.

2. Іванова Н. Ю., Данилів А. І. Оцінка інвестиційної привабливості регіону: порівняльний аналіз сучасних методик. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7050/Ivanova_Otsinka_investytsiinoi_pryvablyvosti.pdf.

Солодкий В. С.,

*старший викладач кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

СИСТЕМА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ

Підприємницька діяльність у всіх сферах нерозривно пов'язана з одержанням і використанням інформації. Причому, в сучасних умовах інформація є особливим товаром, який має певну цінність. Для підприємця найбільш цінною є інформація, яку він використовує для досягнення мети фірми і розголошення якої може позбавити його можливості реалізувати цю мету, тобто створює загрози безпеці підприємницької діяльності [1]. Така інформація складає особливий блок, який належить до комерційної таємниці.

Статтею 505 Цивільного кодексу України визнано, що комерційна таємниця – це інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо зберігання її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію. Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці.

Відповідно до статті 36 Господарського кодексу України відомості, пов'язані з виробництвом, технологією, управлінням, фінансовою та іншою діяльністю суб'єкта господарювання, що не є державною таємницею, розголошення яких може завдати шкоди інтересам суб'єкта господарювання, можуть бути визнані його комерційною таємницею [2].

Проблеми в сфері комерційної таємниці були та залишаються актуальними як для вчених, так і для практиків. На сьогодні в Україні нема закону щодо захисту комерційної таємниці. Незважаючи на відсутність закону прямої дії, Закони України «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», «Про державну таємницю», «Про банки і банківську діяльність», «Про захист від недобросовісної конкуренції», а також Цивільний, Господарський кодекси України регулюють спеціальний правовий режим створення суб'єктами господарювання на законодавчій основі системи захисту комерційної таємниці на підприємстві.

Теоретичні розробки вітчизняних спеціалістів в галузі захисту інформації А. І. Марущака, А. А. Чернявського, Г. О. Андрощука, П. П. Крайньова, Г. К. Нікіфорова, С. С. Нікіфорова, а також практика збереження інформації обмеженого доступу свідчить про те, що основними елементами та складовими системи правового захисту комерційної таємниці є: юридичне закріплення в основоположних документах підприємства; визначення відомостей, які підлягають захисту як комерційна таємниця; якісний підбір персоналу підприємства для роботи з інформацією, що становить комерційну таємницю; визначення порядку допуску та доступу до комерційної таємниці підприємства; встановлення порядку збереження комерційної таємниці при укладенні договорів; створення на підприємстві порядку поводження з інформацією обмеженого доступу; визначення порядку взаємодії підприємства з представниками правоохоронних, контрольно-спостережних органів; організація спеціального діловодства [2].

Якщо суб'єкт господарської діяльності має намір юридично закріпити за собою право на володіння та захист комерційної таємниці, то в розділі статуту «Права та обов'язки підприємства» необхідно зафіксувати положення, які витікають із Цивільного та Господарського кодексів про те, що підприємство має право класифікувати інформацію, яка йому належить, як комерційну таємницю, визначити її склад, обсяг та порядок захисту. Основні положення,

які закріплюють право на комерційну таємницю в статуті, повинні бути відображені і в засновницькому договорі [3].

У колективному договорі необхідно передбачити положення, які містять взаємні обов'язки адміністрації та колективу співробітників підприємства щодо забезпечення збереження комерційної таємниці [3].

Однією з першочергових проблем у вирішенні завдань по захисту комерційної таємниці є правильне та своєчасне визначення інформації, яка буде захищатись як комерційна таємниця. Організація роботи по визначенню відомостей включає в себе: видання наказу про визначення відомостей, які складають комерційну таємницю підприємства; оцінку можливого розміру збитків в випадку витоку інформації що складає комерційну таємницю; формування переліку таких відомостей та введення його в дію [3].

Щодо якісного підбору персоналу підприємства для робіт з інформацією, що становить комерційну таємницю, то власник підприємства або уповноважена ним особа мають право розробляти та використовувати власну, але таку що не суперечить чинному законодавству, методологію вивчення та перевірки кандидата для роботи, пов'язаної з відомостями, що складають комерційну таємницю.

За основу організації роботи по допуску до комерційної таємниці доцільно взяти вимоги, які належать до порядку допуску до державних секретів, що регламентується Законом України «Про державну таємницю».

Під допуском до комерційної таємниці слід розуміти письмове розпорядження керівника підприємства або уповноваженої ним особи, яке надає конкретному співробітникові підприємства право на роботу або ознайомлення з документами, виробами та іншими носіями інформації, які класифіковані підприємством як комерційна таємниця [3].

Доступ до комерційної таємниці – це письмова санкція власника підприємства або уповноваженої ним особи на ознайомлення або роботу з

конкретними відомостями, що складають комерційну таємницю, співробітників підприємства [4].

Рішення про надання доступу до конкретної комерційної таємниці і її матеріальних носіїв здійснюється у вигляді резолюції власника підприємства на документі, з яким ознайомиться співробітник підприємства або представник сторонньої організації.

При укладенні угод між суб'єктами господарювання в межах України в тексті угоди доцільно обумовити можливість припинення дії договору у випадку невиконання вимог однією із сторін щодо захисту комерційної таємниці, а також звернення з позовом про відшкодування шкоди в судах [4].

Перед укладанням угод з іноземною фірмою доцільно, із залученням юристів-міжнародників, досконально вивчити національне законодавство країни, з представниками якої передбачається укласти угоду, щодо правового захисту комерційної таємниці.

Що стосується порядку поводження з інформацією обмеженого доступу, то цей елемент системи правового захисту комерційної таємниці повинен відповідати законам України «Про інформацію», «Про науково-технічну інформацію», «Про доступ до публічної інформації».

При визначенні порядку взаємодії підприємства з представниками правоохоронних, контрольно-спостережних органів необхідно керуватися вимогами законів України «Про Службу безпеки України», «Про міліцію», «Про прокуратуру», «Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні».

Вагомим елементом системи правового захисту комерційної таємниці є організація спеціального діловодства, яка повинна враховувати вимоги Декрету Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію та сертифікацію», а також «Інструкцію про порядок обліку, зберігання і використання документів, справ, видань та інших матеріальних носіїв інформації, які містять службову інформацію».

Законодавство України, гарантуючи право підприємства на комерційну таємницю та її захист, певною мірою регулює і питання юридичної відповідальності за правопорушення в цій сфері. Так, за незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну таємницю, а також розголошення комерційної таємниці встановлена кримінальна відповідальність.

Цивільно-правова відповідальність полягає в відшкодуванні збитків, які заподіяні внаслідок вчинення дій, визначених законодавством як неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці.

Закон «Про захист від недобросовісної конкуренції» передбачає адміністративну відповідальність за неправомірне збирання, розголошення, схилення до розголошення, а також використання комерційної таємниці.

Викладені елементи та складові системи правового захисту комерційної таємниці повинні бути задіяні та використані в повній єдності та взаємодії. Якщо хоча б одна із складових викладеної вище системи не буде задіяна, то система не виконає свого призначення, оскільки може статися витік відомостей, які складають комерційну таємницю, та підприємство може втратити юридичні підстави для підняття питання про відшкодування нанесених конкурентом або персоналом підприємства матеріальних збитків.

Перелік джерел посилання

1. Зацеркляний М. М., Мельников О. Ф. Основи економічної безпеки: навч. посіб. Київ: КНТ, 2009. 337 с.

2. Солодкий В. С., Тимофєєв В. А. Организационно-правовые основы защиты информации с ограниченным доступом: монография. Харьков: ХНУРЭ, 2013. 189 с.

3. Іванюта Т. М., Заїчковський А. О. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.

4. Нікіфоров Г. К., Нікіфоров С. С. Підприємництво та правовий захист комерційної таємниці: навч.-практ. посіб. Київ: Олан, 2001. 208 с.

Стороженко О. В.,
*к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Овсієнко В. С.,
*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ВПЛИВ ІТ-ГАЛУЗІ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

У даний час інформаційні технології охоплюють майже всі сфери життя людини. Світова економіка поступово переходить в інтернет-простір. В умовах глобалізації економіки конкурентоспроможність областей і країни все більше визначається ступенем оволодіння і практичного використання інформаційних технологій, а також телекомунікаційною інфраструктурою, що їх забезпечує [1].

Становлення нової «інтернет-економіки» дає змогу компаніям знижати ціни на свою продукцію, а також мати можливості роботи в онлайн режимі. Все це дозволяє, з одного боку, збільшувати продуктивність і ефективність праці, а з іншого – призводить до зниження рівня інфляції [1].

За відносно короткий проміжок часу сфера інформаційних технологій з другорядної галузі перетворилась на найпотрібнішу і найприбутковішу галузь світової економіки, яка впливає на всі інші сфери.

ІТ-ринок – один з найбільших і швидкозростаючих ринків в Україні і перспективи його розвитку хвилюють не тільки багатьох працюючих на ньому українців, а й зарубіжних замовників також.

Запропоновано п'ять загальних економічних результатів розвитку ІТ-галузі в Україні [2]:

1. Створення нових робочих місць.

Розглядаючи статистичні дані за 2017-2019 рр., можна сказати, що ІТ-ринок зростає щороку в середньому на 19%; на кінець 2017 р. він налічував 127 тис. осіб, а станом на 2019 р. ІТ-галузь налічувала близько 190 тис. працівників [3].

Слід враховувати, що у даному сегменті ринку кількість робочих місць збільшується не тільки для технічних спеціальностей, а й для інших: дизайнерів, фінансистів, управлінців персоналом тощо.

За прогнозами експертів ІТ Ukraine Association, обсяг ІТ-ринку України стабільно зростатиме на 22-30% щороку, а кількість фахівців збільшиться у два рази до 2024 року [3].

2. Внесок у зростання ВВП.

Розглянемо як зростає значущість ІТ-послуг в структурі експорту (2017-2020 рр.). Так, у 2017 р. комп'ютерні послуги зайняли 3-тє місце серед експорту послуг з України (після перероблювальної промисловості та трубопровідного транспорту), а за результатами першого півріччя 2018 р. вони обігнали трубопровідний транспорт і стали другою найбільшою галуззю з експорту послуг. У звіті Державної служби статистики від 14 лютого 2020 р. зазначено, що експорт ІТ-послуг з України збільшився на 15%, а зараз він становить 16 % експорту від обсягу всіх послуг. Частка ІТ-індустрії в українській економіці займає від 4 % до 5,7 % ВВП (за різними джерелами), а в 2012 р. було лише – 0.8% [4].

3. Поява нових видів послуг і галузей.

На сьогоднішній момент численні громадські послуги стали доступні в Інтернеті та мобільних додатках. Використання «хмарних» ресурсів є одним з ключових напрямків для розширення нових технологій. З'явилися нові види послуг: електронний бізнес, електронні ринки, електронні біржи, телебанкінг, які є зручнішими і більш автоматизованими. Це дозволяє компаніям понижати ціни на свою продукцію, а також дає можливість працівникам роботи в онлайн режимі.

4. Трансформація трудових ресурсів.

Завдяки розвитку ІТ-галузі з'явився новий вид трудових ресурсів, такий як телепраця, різновидом якої є фріланс.

Microwork платформи дозволяють підприємцям значно скоротити витрати і отримати доступ до кваліфікованої робочої сили. Використовуючи дані [3], за 2018 р. кількість фрілансерів зросла на 55%; нараховується близько 495 тис. робітників, а кількість замовників, як і сукупний бюджет проектів, збільшились на 35%.

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) сприяють підвищенню ефективності та зростання темпів розвитку підприємництва, полегшуючи доступ до правової та нормативної інформації, маркетингових і інвестиційних ресурсів [2].

5. Бізнес-інновації.

У країнах, що входять в Організацію економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), більше 95% підприємств мають доступ до Інтернет-ресурсів [2]. Це надає їм нові способи пошуку клієнтів і можливість конкурувати, щоб зайняти вагому частку ринку. За останні кілька років соціальні мережі зарекомендували себе як потужний інструмент маркетингу. Засоби ІКТ, що використовуються в компаніях, допомагають оптимізувати бізнес-процеси і підвищити ефективність роботи.

Завдяки програмним продуктам, що отримуються внаслідок праці ІТ-працівників, інтенсивно зростають майже всі сфери економіки України, спрощуються та прискорюються виробничі та бізнес-процеси, акумулюються та швидко обробляються великі масиви інформації, що дає можливість створювати та розвивати нові галузі як в економіці, так і в науці та техніці. ІКТ спрощують доступ користувачів до баз даних, що дає їм можливість оволодіти новими знаннями та навичками, підвищити власний професіоналізм [2].

Незважаючи на швидке зростання ІТ-галузі, український ІТ-ринок за світовими масштабами продовжує залишатися не дуже великим, і становить близько 1% від загальносвітового показника [3].

У найближчій перспективі можливе зростання цієї галузі на 25-30% в Україні, якщо будуть вирішені нагальні проблеми, такі як: працевлаштування, покращення програм освіти нових фахівців та створення технологічних парків. Завдяки цьому Україна зможе збільшити свій вплив в світовому ринку [3].

В підсумку можна сказати, що задіяні в ІТ-індустрії робітники формують інвестиційно привабливий імідж України, успішно працюють з провідними міжнародними компаніями, сприяють залученню інвестицій і зміцненню економіки. ІТ-галузь позитивно впливає на економічний стан країни та усі сфери економіки, тому необхідно надалі покращувати умови її розвитку.

Перелік джерел посилання

1. Зиганшин Р. А., Райська М. В. Роль інформаційних технологій у розвитку економіки країни. *Вісник Казанського технологічного університету*. 2012. 192 с.

2. Зелінська Ю. С. Вплив інформаційних технологій на економіку. *Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід: матеріали VII міжнар. наук.-мет. конф., м. Тернопіль, 21-22 жовтня 2016 р. Тернопіль, 2016. С. 107-108.*

3. Розвиток української ІТ-індустрії. *Аналітичний звіт Асоціації «IT Ukraine»*. Київ, 2018. С. 4-61. URL: <https://ko.com.ua/files/u125/>.

4. *Ukrainian_IT_Industry_Report_UKR.pdf* (дата звернення: 10.10.2020)

5. Скільки приніс Україні експорт ІТ-послуг – Держстат. URL: <http://surl.li/gxvu> (дата звернення 10.10.2020).

Стороженко О. В.,
*к.т.н, доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Ткаченко Є. Л.,
*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ІТ-СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

На даний час Україна є одним із найперспективніших ринків високих технологій та інновацій [1]. Проте пандемія Covid-19 внесла свої корективи у розвиток інформаційних технологій як у позитивному, так і в негативному напрямі. Вже всім учасникам українського ІТ-ринку очевидно, що попереду чекає дуже складний період (1-2 роки), доки не відновиться попит на ІТ-послуги [2].

Але за експертними висновками [3], ІТ-сфера в Україні постраждала менше, аніж інші галузі. Найбільше в сфері інформаційних технологій постраждав аутсорс, особливо той, що пов'язаний з туризмом. Компанії сфокусувалися на оптимізації команд, операційних витратах та на бізнес-процесах.

У квітні та травні 2020-го року приблизно 98% ІТ-фахівців працювало в домашніх умовах, при цьому виключення становили технічні спеціалісти, які забезпечують роботу інфраструктури компаній.

Вплив пандемії Covid-19 на світову економіку може слугувати додатковим стимулом для компаній до більш широкого використання цифрових технологій. Цифрові рішення також можуть компенсувати відсутність працівників на робочому місці та їх віддалену роботу [4].

У зв'язку з пандемією Covid-19 метою підприємців стало збільшення використання автоматизованих пристроїв, роботів та цифрових технологій у виробничих процесах. Ця тенденція вже в самому розпалі, оскільки цифрові технології значно збільшують продуктивність праці та зменшують витрати. Однак не всі галузі та компанії мають однакові можливості використовувати цифрові технології для зменшення своєї вразливості до криз.

Фактори, які здатні сприяти відновленню ІТ-галузі в Україні – це можливість переходу на віддалену роботу, зростання попиту на онлайн-послуги (сервіси для населення, доставка, онлайн-продажі, онлайн відеоуроки). Для успішного бізнесу надважливим буде надати сучасне та ефективне програмне забезпечення для організації віддаленої роботи персоналу.

Пандемія COVID-19 серед іншого загострила питання кібербезпеки, адже кризові ситуації, які викликають активізацію різноманітних хакерських атак [5].

Найбільшу потенційну небезпеку може викликати збільшення кількості ІТ-працівників, які працюють віддалено і не мають відповідних навичок в кібербезпеці, що веде до потенційного зростання кількості кіберінцидентів. Треба також брати до уваги, що більш ніж 80% компаній не досягли відповідного рівня, необхідного для організації безпечної віддаленої роботи великої кількості співробітників [5].

Відсутність відповідних фахівців в галузі управління різноманітними ризиками, а також регулярно оновлюваних критеріїв інформаційної безпеки, може обійтися дуже дорого для підприємців.

Компанії і підприємства часто пропонують персоналу працювати з дому на власних комп'ютерах і/або з використанням додатків, які не проходили перевірку на відповідність стандартам безпеки.

Існує величезна ймовірність, що багато фірм галузі ІТ будуть шукати прийнятний формат роботи, поєднуючі віддалену форму, онлайн-зустрічі, зустріч команд у офісі у визначений час.

У мінливому середовищі виграють ті компанії та підприємці, які найкраще зможуть адаптуватися до нових умов економічного середовища. Особливо це стосується передових галузей ІТ-сектору, які повинні задовільняти потреби бізнесу у організації онлайн та віддаленої роботи, та суспільства при організації міжособистісних комунікацій та освітнього процесу.

Роблячи висновки про роль ІТ-сектора України, варто взяти до уваги факт, що функціонування українського ІТ-ринку може стати чинником позитивних змін у найближчій перспективі.

Разом з тим, існують певні проблеми: переважна кількість ІТ-компаній працюють з іноземними замовниками, а внутрішній ринок залишається майже нерозвиненим через нестачу фінансування ІТ-сектора. Для зростання економіки України в ІТ-сфері нагальною необхідністю повинна стати підтримка стартапів та технопарків, адже вона дозволить мобілізувати потенціал ІТ-сектора та розвинути інформаційну структуру держави.

Перелік джерел посилання

1. Розвиток української ІТ індустрії. Аналітичний звіт. Асоціація ІТ Ukraine. URL: https://issuu.com/itukraine/docs/ukainian_it_industry_report_ukr.

2. Верба А. Что будет с украинским IT-рынком после пандемии. URL: <https://nv.ua/biz/experts/rynok-it-karantin-i-pandemiya-koronavirusa-k-chemu-gotovitsya-tehnologicheskim-kompaniyam-novosti-ukrainy-50084249.html>.

3. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. *Громадська організація «Центр прикладних досліджень», Представництво фонду Конрада Аденауера в Україні*. Липень 2020. 56 с.

4. Через коронавірус світові витрати на ІТ-продукцію істотно скоротяться URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-10-20-gartner-says-worldwide-it-spending-to-grow-4-percent-in-2021>.

5. Дубов Д. COVID-19: ключові кібербезпекові тренди. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-03/cybersecurity-covid-19.pdf>.

Стороженко О. В.,
*к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики та
управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Худаєва С. А.,
*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ХІРУРГІЧНИХ МЕТОДІВ ЛІКУВАННЯ В УМОВАХ ПРИВАТНОЇ МЕДИЦИНИ

На сьогодні у зв'язку з впровадженням нових стандартів медичної допомоги актуальність приватної медицини різко зростає, особливо в наданні допомоги хірургічного характеру.

Це пояснюється високим рівнем розвитку сучасних спеціалізованих методів діагностики і лікуванням хірургічних патологій, а також технічними можливостями біомедичного обладнання приватних клінік.

У більшості випадків, в приватних клініках використовується високовартісне сучасне медичне обладнання, за допомогою якого проводяться функціональні малоінвазивні хірургічні втручання, що дозволяють пацієнту знаходитись в умовах клініки недовгий період часу.

Переваги сучасних приватних клінік в першу чергу в тому, що лікарі, які працюють в них, замотивовані на кінцевий результат: якісно вилікувати пацієнта за короткий термін перебування.

Також приватна система охорони здоров'я надає ефективний сервіс, високу якість медичних послуг, а також комплексний підхід до лікування пацієнта.

Для економічної оцінки різних способів хірургічного лікування хворих використовується аналіз «витрати-ефективність» (cost-effectiveness analysis),

який дозволяє враховувати співвідношення витрат і ефективності лікувальних заходів [1, 2].

При проведенні даного аналізу використовується формула (1), в якій розраховується співвідношення суми прямих і непрямих витрат, що визначає ефективність лікування.

Для розрахунку співвідношення «витрати-ефективність» застосовують формулу:

$$CEA = DC / Ef , \quad (1)$$

де CEA – співвідношення витрат і ефективності (витрати, що визначають одиницю ефективності);

DC – прями витрати (direct costs);

Ef – ефективність лікування (effectiveness).

В якості прямих витрат враховуються наступні витрати на:

- проведення лабораторних досліджень;
- виконання інструментальних досліджень;
- медикаментозне лікування;
- оперативне втручання з урахуванням зносу обладнання та інструментів під час операції;
- видатковий матеріал при виконанні операції;
- анестезію;
- оплату праці учасників операції;
- витрати під час перебування хворого в стаціонарі.

При оцінці співвідношення «витрати-ефективність» в одному і тому ж стаціонарі, непрямі витрати, не пов'язані безпосередньо з лікувальним процесом (оплата послуг зв'язку, транспортні послуги, адміністративно-господарські витрати і т. п.), не враховуються, тому що вони не впливають на ефективність лікування.

Найменше значення співвідношення «витрати-ефективність» приймається як найвдаліше, оскільки вказує на той спосіб лікування, який володіє найменшими витратами на одиницю ефективності.

Розглянемо ще одну методику оцінки економічного ефекту хірургічних втручань в приватних клініках, яка складається з показника безпосередньої економічної ефективності E_H , що характеризує здешевлення запропонованого методу в порівнянні з відомими:

$$E = E_H + E_B + E_O + E_{II} , \quad (2)$$

У даній формулі (2) присутні:

- найближчий економічний ефект E_B , що враховує зниження витрат на перебування пацієнта в стаціонарі і оплату лікарняних листів;
- віддалений економічний ефект E_O , що розраховується за кількістю рецидивів захворювання і витрат на можливу інвалідизацію,
- виробничий економічний ефект E_{II} [3, 4].

Відповідно до результатів, отриманими в [3], для оцінки економічної ефективності впровадження малоінвазивної хірургічної установки, економічний ефект перевищує за величиною інші економічні показники і визначається за формулою (3):

$$E_{II} = k \cdot \Delta n \cdot C , \quad (3)$$

де k – коефіцієнт, що враховує рівень заробітної плати по відношенню до виробленого продукту [3];

Δn – кількість днів перебування в стаціонарі пацієнта через підвищення ефективності діагностичних або лікувальних заходів,

C – середня заробітна плата за день робітника стаціонара.

Даний підхід дозволяє оцінювати загальний економічний ефект [4] від впровадження нових діагностичних і лікувальних методик (4) з використанням формул (2) і (3):

$$E \approx E_{\Pi} = k \cdot \Delta n \cdot C. \quad (4)$$

Таким чином, перевага перебування пацієнта в приватній клініці обумовлено скороченням періоду його госпіталізації в хірургічному стаціонарі за рахунок застосування спеціалізованого дорогого медичного обладнання, спрямованого на малоінвазивний і функціональний підхід при проведенні операції, а також потенційним зниженням кількості післяопераційних ускладнень за рахунок призначення ефективної післяопераційної лікарської терапії.

Перелік джерел посилання

1. Власова И. А. К вопросу об экономическом анализе эффективности медицинских технологий. *Сиб. мед. Журн.* № 6, 2010. С. 276-279.
2. Гайковая Л. Б. Клинико-экономический анализ в оценке технологий здравоохранения в лечебно-профилактическом учреждении. *Фармакоэкономика*, 2014. Т. 7, № 1. С. 8-12.
3. Аврунін О. Г., Безшапочний С. Б., Бодянський Є. В., Семенець В. В., Філатов В. О. Інтелектуальні технології моделювання хірургічних втручань. Харків: ХНУРЕ, 2018. 224 с.
4. Аврунин О. Г. Принципы компьютерного планирования функциональных оперативных вмешательств. *Технічна електродинаміка*. 2011. № 2. С. 293-298.

Стороженко О. В.,

*к.т.н., доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,*

Шашко О. В.,

студент,

Харківський національний університет радіоелектроніки

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

В умовах становлення сучасної економіки спостерігаються суттєві зміни в організації бізнес-середовища. Постійно зростаючі глобалізовані комунікаційні мережі та посилення можливостей безпечного віртуального автоматизованого та інтелектуалізованого середовища прийняття рішень для будь-якого підприємства (організації) сприяли інтенсивному розвитку процесів організаційного структурування і функціонального наповнення системи управління підприємством. Тому сучасне управління підприємством неможливо уявити без використання інформаційних систем та систем обробки даних.

Управління сучасним підприємством і його потенціалом як складною соціально-економічною системою потребує різнопланової достовірної інформації, як внутрішньої – про наявні процеси, їх динаміку і взаємозв'язки всередині цієї системи, так і про зовнішнє середовище її функціонування [1].

Для забезпечення ефективної діяльності підприємства суб'єкту управління потрібна як внутрішня інформація (оперативна, облікова, планова, контрольна), яка достовірно і повно відображає стан підприємства і формується сукупністю структурних підрозділів за визначених технологічних, економічних та соціальних відносин між ними, так і зовнішня інформація, яка утворюється під впливом чинників і процесів, що діють за межами підприємства. Це

економічні, технологічні, соціальні, політичні та інші відносини підприємства з державними органами, замовниками, постачальниками, посередниками, конкурентами, фінансовими установами, тощо. Зовнішня інформація зменшує невизначеність стану підприємства в ринковому середовищі, дає змогу підтримувати відповідний рівень конкурентоспроможності на основі вивчення кон'юнктури ринку, потреб споживачів, аналізу товарної і цінової політики конкурентів та розроблення стратегії свого розвитку [3].

При організації взаємодії між потоками інформації різних типів на підприємствах у процесі вертикальної інтеграції створюється інформаційна інфраструктура об'єднання усіх підрозділів. Чітка організаційна структура управління, раціональний розподіл функціональних обов'язків згідно з процесним підходом серед персоналу, господарський облік і побудова інформаційних потоків на базі сучасних автоматизованих систем сприяють поліпшенню та розвитку інформаційної інфраструктури, що, в свою чергу, підвищує якість прийнятих управлінських рішень. Зневага щодо збору, обробки та аналізу внутрішньої інформації загрожує важкими проблемами при управлінні бізнес-процесами на підприємстві.

З часу проголошення незалежності в Україні інформаційний простір почав інтенсивно розвиватися та розширюватися, являючись динамічним й на сьогоднішній час. Єдиний інформаційний простір являє собою сукупність баз і банків даних, технологій їх обробки і використання, інформаційно-телекомунікаційних систем та мереж, які функціонують на основі єдиних принципів та правил, що забезпечує інформаційну взаємодію підприємств (організацій) і громадян, а також задоволення їх інформаційних потреб [1].

Інформаційні технології в управлінні передусім повинні відповідати функціям управління і можуть бути реалізовані за допомогою сучасних автоматизованих мережевих платформ.

Відповідно до змін інформаційних потреб, виникають нові вимоги до систем інформаційного обслуговування процесу прийняття управлінських рішень. Якщо за основу системи управління прийняти концепцію П. Друкера (управління за цілями) та розвинути у формі системи збалансованих показників, то інформаційне забезпечення управлінських процесів буде базуватися на чіткій системі цілей, де кожен наступний рівень цілей сприяє досягненню цілей вищого рівня, а всі окремі цілі разом повинні бути скоординовані між собою, та такими, що забезпечують досягнення загальних цілей підприємств (організацій) [2].

Вагомість переваг інформаційних технологій в управлінській діяльності обумовлена удосконаленням їх опорних складових в інформаційних системах управління підприємством, а для кожного конкретного підприємства ця вагомість визначається його положенням у сфері діяльності. Тобто можна вважати, що це положення залежить від якості інформаційних технологій підприємства, а його ефективність – від вміння управлінцями використовувати переваги тих чи інших технологій.

З точки зору системного підходу інформаційне забезпечення – це динамічна система даних і способи їх обробки, які дають змогу відстежити реальний стан економічного об'єкта, визначити найважливіші показники, а також виявити можливості здійснення необхідних управлінських дій [4].

Для вирішення проблеми вибору інформаційних технологій управління мають бути створені критерії, які дозволять, зважаючи на специфіку діяльності підприємств, співвіднести вимоги підприємства, що пред'являються до інформаційних технологій, з усіма наявними варіантами. За розробленими критеріями здійснюється аналіз кожного пропонованого варіанта інформаційних технологій управління, після цього, на базі принципу найбільшої відповідності запропонованим критеріям, здійснюється вибір конкретної інформаційної технології [5].

Важливість інформації, особливо економічної, для управління підприємством і його потенціалом зростає відповідно до об'єктивних вимог розвитку виробництва. Інформація як сукупність необхідних для управління підприємством корисних даних та показників, які є об'єктом збору, реєстрації, зберігання, передачі та перетворення, сьогодні є одним із головних ресурсів, значення якого не менше, ніж значення матеріальних, сировинних та інших ресурсів. Використання останніх значною мірою залежить саме від наявності та застосування інформації про їх стан, потреби, джерела покриття цих потреб, тощо [3].

Характерною рисою інформаційних систем управління підприємством в інформаційному суспільстві є розширення горизонтальних зв'язків. При цьому значно зростають потреби підприємств у зовнішній інформаційних ресурсах.

Отже, можна сказати, що в сучасних умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій діяльність з обробки інформації стала розглядатися як дуже важлива для успіху бізнесу. Застосування нових технологій інформаційних систем у бізнесі та на підприємствах відкрило нові можливості для управління, а також покращило якість прийняття управлінських рішень.

Перелік джерел посилання

1. Грицяк Н. В. Державне управління в умовах розвитку інформаційного суспільства. Київ: К.І.С., 2015. 108 с.
2. Друкер П. Эффективный руководитель. Москва: МИФ, 2009. 156 с.
3. Попрозман О. І. Інформаційні технології в управлінні підприємством. *Формування ринкових відносин України*. 2013. № 1, С. 49-52.
4. Божко В. П., Власов Д. В., Гаспаріан М. С. Информационные технологии в экономике и управлении. Москва: ЕАОИ, 2010. 120 с.
5. Wren D. A., Bedeian A. G. The Evolution of Management Thought. Hoboken: Wiley, 2008. 432 p.

Тохтамиш Н. І.,
старший викладач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою
Харківський національний університет радіоелектроніки

Альхьярі Амер Махмуд Алі,
студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ

На сучасному етапі розвитку теорії інвестування використовуються багато підходів, які спрямовані на досягнення різних цілей реалізації інвестиційних проектів. У зв'язку з різними підходами до оцінки інвестиційної привабливості проектів набуває теоретико-методичне забезпечення відповідного методичного інструментарію.

Активізація інвестиційної діяльності на сучасному етапі розвитку економіки України є вирішальним фактором економічної політики держави, який впливає на забезпечення стабільного економічного росту, збільшення соціально-економічного ефекту, збалансованості макроструктури тощо. При цьому трансформація та прискорення темпів інноваційних процесів, покращення ринкової інфраструктури потребують певних додаткових обсягів проектного фінансування, що на даному етапі в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів набуває особливої актуальності. Вирішення даної проблеми вимагає розробки адекватного сучасним умовам методичного інструментарію оцінки інвестиційної привабливості проектів.

Розробці системи показників оцінки інвестиційної привабливості проектів присвятили свої роботи такі науковці, як В. А. Замлинський [1], П. А. Фісуненко, А. С. Щепеткова [2], В. В. Жуков [3, 4], О. С. Коцюба [5].

Теоретичні аспекти оцінки інвестиційних проектів в контексті їх економічної ефективності розглядалися у роботах таких авторів, як: Т. В. Полозова, О. Г. Євченко, А. В. Дмитренко [6, 7] та інші.

Метою дослідження є поглиблене вивчення системи показників оцінки інвестиційної привабливості проектів.

Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості проектів передбачають використання системи показників, основні з яких [1-7]: чиста поточна вартість (NPV); внутрішня норма окупності (IRR); дисконтований строк окупності (DPP); індекс прибутковості (PI).

Розрахунок чистої поточної вартості проекту (NPV) здійснюється за формулою [3-7]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

де F_t – чистий грошовий потік наприкінці періоду t ;

n – життєвий цикл інвестиційного проекту;

r – ставка дисконтування;

$(1+r)^{-t}$ – поточна вартість грошової одиниці, яка буде отримана наприкінці періоду t при ставці дисконтування r .

Чистий грошовий потік (F_t) визначається як різниця між доходами й витратами від реалізації інвестиційного проекту, включає в якості доходів чистий прибуток від виробничої діяльності і амортизаційні відрахування, а в якості витрат – інвестиції у виробництво, відтворення основних засобів, що вибувають у період виробництва, а також на створення і нагромадження обігових коштів. Чистий грошовий потік розраховується за формулою [1-3]:

$$F_t = \Pi_t + A - I, \quad (2)$$

де Π_q – сума чистого прибутку;

A – сума амортизаційних відрахувань;

I – загальна сума інвестицій.

Позитивне значення чистої поточної вартості (NPV) свідчить про доцільність реалізації інвестиційного проєкту. Негативне значення означає, що даний проєкт буде збитковим.

Внутрішню норму окупності інвестиційного проєкту можна знайти, розв'язавши наступне рівняння відносно (r) ітеративним методом [3-7]:

$$\sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t} = 0. \quad (3)$$

Таким чином, IRR інвестиційного проєкту являє собою розрахункову ставку відсотків, при якій NPV, відповідний до цього проєкту, дорівнює нулю.

Розрахунок NPV інвестиційного проєкту дає відповідь на запитання, є він ефективним чи ні при деякій заданій нормі дисконту (r), у той час як IRR проєкту визначається в процесі розрахунку і потім порівнюється з необхідною інвестором нормою доходу на вкладений капітал.

Термін окупності визначається як період часу, протягом якого інвестиції будуть повернуті за рахунок доходів, отриманих від реалізації інвестиційного проєкту. Більш точно під строком окупності розуміється тривалість періоду, протягом якого сума чистих доходів, дисконтованих на момент завершення інвестицій, дорівнює сумі інвестицій.

Для визначення дисконтованого періоду окупності можна використовувати наступне вираження [3-7]:

$$\sum_{t=1}^h \frac{F_t}{(1+r)^t} = I, \quad (4)$$

де h – термін окупності.

Величина h визначається шляхом послідовного підсумовування членів ряду дисконтованих доходів доти, поки не буде отримана сума, що дорівнює обсягу інвестицій або перевищує його.

Індекс прибутковості інвестиційного проекту (PI – profitability index) – це відношення поточної вартості грошових надходжень (C_t) від проекту після оподаткування до поточної вартості інвестицій (I_t). Індекс прибутковості інвестиційного проекту розраховується за формулою [3-7]:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}} \quad (5)$$

де PI – це міра прибутковості проекту на 1 грн інвестицій.

Якщо $PI > 1$, то проект, що розглядається, має позитивну чисту поточну вартість.

Індекс може бути використаний для ранжування проектів з різними потоками грошових коштів і тривалістю в часі. Але якщо проекти ранжувати по PI , то може виникнути ситуація, коли, наприклад, інвестиції у виробництво друкарських машинок будуть ефективнішими, ніж у виробництво сталі. Іншими словами, розміри проектів ігноруються.

При оцінці інвестиційної привабливості проекту вибираються найприйнятніші показники ефективності інвестицій, виходячи з інтересів проекту та конкретних умов господарювання, цілей та задач проекту.

Таким чином, у даній роботі проаналізовано сучасні методи оцінки ефективності інвестиційних проектів та особливості їх застосування з точки зору прибутковості. Визначено базові принципи оцінки та методи оцінки інвестиційної привабливості інвестиційних проектів.

Перелік джерел посилання

1. Замлинський В. А. Досягнення інвестиційної привабливості інноваційних проектів на підприємствах продовольчої сфери: управлінський аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 5. С. 104-109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_5_23.
2. Фісуненко П. А., Щепеткова А. С. Сутність та оцінка економічної привабливості та економічної ефективності інвестиційних проектів. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 182-186. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_5_49.
3. Жуков В. В. Методичні підходи до оцінки привабливості інвестиційних проектів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13(1). С. 100-105. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13\(1\)__23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13(1)__23).
4. Жуков В. В. Оцінка інвестиційного проекту як спосіб відбору найбільш привабливих проектів. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1(2). С. 94-97.
5. Коцюба О. С. Оцінка економічної привабливості інвестиційних проектів в умовах невизначеності та ризику з використанням аналізу чутливості. *Бізнес Інформ*. 2018. № 2. С. 90-98. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_2_14.
6. Полозова Т. В., Євченко О. Г. Теоретичні аспекти оцінки ефективності інвестиційних проектів. *Перспективи економічного розвитку країни: теорія, методологія та практика: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21-22 серпня 2015 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку»*. Одеса: ЦЕДР, 2015. С.66-69.
7. Полозова Т. В., Дмитренко А. В. Критерії вибору інвестиційних проектів поліграфічного підприємства. *Science and education: Collection of scientific articles*. Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2017. P.129-134.

Тулуш Л. Д.,
*к. е. н., доцент кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК», м. Київ,*

Зінчук Л. М.,
*студент,
Університет економіки та права «КРОК» м. Київ,*

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

Досліджено економічну та соціальну природу категорії «продуктивність праці», яка відображає ступінь ефективності виконання трудової функції працівниками, адже одним з основних завдань суб'єктів господарювання є підвищення ефективності своєї діяльності, в тому числі й підвищення ефективності праці, що є досить актуально. Це пояснюється тим, що ефективність використання персоналу є ключовим фактором, що впливає на конкурентоспроможність продукції та її якість, сприяє поліпшенню економічної діяльності, зменшенню витрат на персонал та зростанню доходів працівників. Низька кваліфікація виробничого та адміністративно-управлінського персоналу, недостатня виробнича дисципліна, відсутність реальних стимулів, підвищення кваліфікації, низька заробітна плата, важкі умови праці та інші чинники – усе це виводить питання підвищення продуктивності праці персоналу на перше місце серед її численних проблем.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методичних засад оцінювання продуктивності праці та напрямів її підвищення зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: О. Амосов, Б. Гоулд, О. Грішнова, Т. Заяць, О. Іванілов, Е. Карапетян, Г. Куліков, А. Лоулер, Д. Сінк, П. Цибульов, Л. Федулова.

Комітет при Європейському агентстві з проблем продуктивності дає таке визначення: «продуктивність праці – це стан розуму, ставлення до світу, яку припускає безперервне удосконалення усього властивого йому. Це –

переконаність у тому, що людина може виконувати роботу сьогодні краще, ніж учора, а завтра краще, ніж сьогодні. Зрештою, продуктивність передбачає безперервність зусиль, пов'язаних із пристосуванням економічної діяльності до умов, що постійно змінюються, застосуванням нових теорій та методів». [7]

Метою підготовки даного матеріалу є оцінка ефективності праці та визначення шляхів та напрямків її підвищення в умовах розвитку ринкових відносин.

Метою підвищення продуктивності є забезпечення зв'язку між створенням ефективної системи вимірювання продуктивності й завданням працівників щодо підвищення результатів діяльності організації шляхом внесення змін у всі чи деякі елементи організації – людину, структуру, культуру й технологію.

Завданнями аналізу цього важливого показника є:

- оцінка рівня продуктивності праці та її динаміки;
- дослідження впливу факторів на відхилення продуктивності праці;
- виявлення резервів підвищення ефективності використання трудових ресурсів та розробка заходів щодо їх мобілізації.

Основними цілями підвищення продуктивності є:

- підвищення кваліфікації і практичного досвіду в сфері управління, планування і вирішення проблем;
- покращення відносин між членами колективу;
- створення ефективної інформаційної системи з питань продуктивності;
- зростання основних показників діяльності організації;
- поживлення діяльності організації та сприятливий соціально-психологічний клімат [3].

Основними джерелами аналізу продуктивності праці є: «Звіт з праці» (річний) за формою № 2-ПВ; «Звіт про використання робочого часу» (квартальний) за формою № 3-ПВ; «Звіт про основні показники діяльності підприємства за рік» за формою №1, річний, де наводяться дані про чисельність персоналу, використання робочого часу, фонд оплати праці.

Основні переваги щодо підвищення ефективності трудових ресурсів на підприємстві:

- зростання інформованості робітників та керівництва про чинники, що впливають на продуктивність;
- створення зв'язку між наявними методами бухгалтерського обліку, вимірюванням продуктивності й регулярним контролем за результатами діяльності;
- встановлення нових конкурентних стандартів і норм;
- стимулювання постійної уваги до підвищення продуктивності праці;
- більш широке і свідоме використання персоналом методів і техніки підвищення продуктивності праці [3].

Продуктивність праці є основним показником інтенсифікації й ефективності виробництва. Від її рівня і динаміки залежить тією чи іншою мірою всі основні показники роботи підприємства: обсяг виробництва продукції, чисельність працівників, фонд заробітної плати, зниження собівартості продукції, розмір прибутку, рівень рентабельності та інше.

Важливий аспект в управлінні продуктивністю праці – це вибір показників, що характеризують його ефективність. На практиці підприємств загально визнаними показниками є виробіток та трудомісткість продукції. Показник виробітку надає, безперечно, певну інформацію кількісної віддачі в середньому від одного працівника, проте, не характеризує, як працюють кошти, вкладені роботодавцем у персонал, чи виправдовуються зростанням обсягу виробництва і прибутку додаткові витрати на підвищення заробітної плати працівників організації, підвищення їх кваліфікації, поліпшення умов праці, забезпечення соціальним пакетом та інші витрати. Ми дотримуємось думки про доцільність у практичній діяльності розраховувати, крім показника виробітку показник продуктивності витрат на персонал, який є відношенням обсягу виробленої продукції до витрат на утримання персоналу.

Продуктивність персоналу:

$$ПП = \frac{Q}{ВУП},$$

де ПП – продуктивність персоналу, грн.;

Q – обсяг виробленої продукції, грн.;

ВУП – витрати на утримання персоналу, грн.

Даний показник дасть змогу проаналізувати та оцінити ефективність інвестицій у персонал у вартісному вираженні. На наш погляд, розрахунок показників продуктивності праці та продуктивності персоналу має сенс, оскільки для оцінки динаміки виробітку необхідно коригувати чисельник формули (обсяг виробництва у вартісному виразі) для унеможливлення впливу інфляції на цей показник, що є досить трудомістким. Пропонований показник продуктивності персоналу, на наш погляд, інформативніший в порівнянні з виробітком, разом з тим не потребує додаткових розрахунків, пов'язаних із необхідністю врахування інфляції. Витрати на утримання персоналу організації – загально визнаний для країн з ринковою економікою інтегральний показник, що враховує сукупність витрат, пов'язаних із залученням, винагородою, стимулюванням, розв'язанням соціальних проблем, організацією роботи та поліпшенням умов праці персоналу.

Управління продуктивністю праці – це фактично частина загального процесу управління підприємством, що включає в себе організацію, планування, мотивацію, контроль та регулювання. Ця робота ґрунтується на постійному аналізі співвідношення корисного ефекту від певної трудової діяльності, з одного боку, і витрат на цю діяльність – з іншого. Адже продуктивність праці як узагальнюючий показник використання робочої сили, що характеризує співвідношення результатів праці та її витрат [4].

Для підвищення мотивації та покращення якості роботи доцільно:

1. Мотивувати знаннями – щоб домогтися професіоналізму в будь якій роботі, співробітник повинен прагнути стати кращим у своїй спеціальності.
2. Нагороджувати окремих людей за сукупний внесок.
3. Пояснити підлеглим прийняту в організації систему винагород.
4. Підтримувати позитивний обмін інформацією між підлеглими.

Зростання показників ефективності праці не лише визначає розвиток підприємства, а й відповідає принципам мінімізації витрат виробництва, отже слугує основним критерієм результативності управління на всіх рівнях. Система мотивування працівників на підприємстві має передбачати створення загальної системи мотивації, що базується на підготовленій філософії якості й передбачає глибокі зміни у розумінні якості праці, мова йде про формування цінностей і установок персоналу на більш динамічне оновлення всіх аспектів діяльності для завоювання передових позицій у конкурентній боротьбі [8].

Отже, продуктивність праці – якісна характеристика роботи, що виконується персоналом, яка пов'язана з рівнем ефективності праці. Управління продуктивністю праці на підприємстві – частина загального процесу управління підприємством, котра охоплює планування, організацію, мотивацію, керівництво, контроль і регулювання. Ця робота базується на постійному аналізі показників співвідношення корисного ефекту від певної трудової діяльності, з одного боку, і витрат на цю діяльність – з іншого.

Критичний аналіз підходів до оцінювання продуктивності підприємства дозволяє зробити висновок про їх ретроспективний характер: орієнтацію на діагностику динаміки змін продуктивності та відсутність спрямованості на досягнення стратегічних цілей і задач функціонування підприємства. На нашу думку, управління продуктивністю підприємства вимагає дослідження продуктивності не лише в контексті факторів виробництва, а й як сукупності бізнес-процесів.

Для поліпшення організації праці, як механізму підвищення продуктивності праці необхідно:

- удосконалення організації і обслуговування робочих місць (впровадження типових проектів організації робочих місць робітників і службовців);
- удосконалення кооперації праці. впровадження передових прийомів і методів праці, покращення оплати праці (включаючи системи матеріального заохочення і умов праці);

– підвищення кваліфікації робітників, інтенсивності праці, набуття практичних навичок;

– покращення використання робочого часу.

Натомість, досягнути мети запровадження ефективних стимулів підвищення продуктивності праці фахівців за умов формування інноваційної моделі економіки можливо за рахунок посилення диференціації в оплаті:

– фізичної і розумової праці;

– освітньо-кваліфікаційного рівня працюючих;

– досягнутого рівня продуктивності праці фахівців;

– результатів професійного розвитку фахівців та інше.

Отже, підвищення ефективності праці покращує результати діяльності підприємства. Ключовими цілями підвищення продуктивності праці фахівців в умовах формування інноваційної моделі розвитку економіки є дотримання таких принципів, як системність, ефективність, синергізм, адаптивність, безперервність, відповідальність.

Напрями підвищення ефективності праці включають в себе наступні блоки: модернізація нормативно-правової бази регулювання ринку кваліфікованої праці, розвиток інноваційної інфраструктури, інноваційної та інформаційної культури, забезпечення гідної оплати праці фахівців, інтеграція економічних, соціальних та екологічних інтересів усіх зацікавлених сторін.

Перелік джерел посилання

1. Ажажа М. А. Інтелектуалізація економіки: інноваційний і людський потенціал в умовах глобалізації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 11-17.

2. Атаманюк Ю. Ф. Розвиток людського капіталу як пріоритетний напрям підвищення продуктивності праці та соціально-економічного зростання. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2010. № 4(3). С. 91-94.

3. Гарбузюк О. О. Розробка і впровадження програм управління продуктивністю праці на підприємстві. URL: http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_garbuzyuk.php.

4. Грішнова О. А. Дорош О. В., Шурпа С. Я. Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці: монографія; за наук. ред. О. А. Грішнової; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Електрон. текстові дані. Київ: КНЕУ, 2015. 222 с.

5. Гузар У. Є., Луцик М. В. Нестандартні форми зайнятості в умовах розвитку постіндустріального суспільства. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2013. Вип. 1. С. 467-476.

6. Кондратюк Ю. Ф. Продуктивність праці як компонент індексу людського розвитку. *Інноваційна економіка*. 2013. № 4 (42). С. 171-173.

7. Костенко Т. О. Сутність та соціально-економічне значення підвищення продуктивності праці в сучасних умовах. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2013. Вип. 28(1). С. 297-304.

8. Кучер Л. Р. Розроблення системи мотивування працівників комерційних підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. № 15.2. С. 256-261.

9. Янковий Р. В., Попович Н. В. Підвищення продуктивності та результативності праці персоналу на підприємстві. *Економіка: реалії часу*. *Науковий журнал*. 2013. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>.

10. Назарова Г. В., Мішина С. В., Мішин О. Ю. Облік і аналіз персоналу: навчальний посібник: Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 300 с.

11. Вісник студентського наукового товариства «ВАТ РА». Вінницького торговельно економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019.

12. Куртов А. І., Полікашин О. В., Потіхенський А. І., Александров В. М. Експертні оцінки. Метод «Делфі» як технологія прийняття управлінських рішень. *Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил*. 2017. № 1. С. 118-122.

Якушенко К. В.,

к.э.н., заведующий кафедрой маркетинга,

Белорусский национальный технический университет

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Подходящий к завершению 2020-й год ознаменовался достаточно сильным системным экономическим кризисом, вызванным разрушающим влиянием пандемии COVID-19. Кризис коснулся процессов формирования и развития информационных пространств стран и интеграционных объединений. Данный факт связан с тем, что, с одной стороны, все большее количество факторов, вовлеченных в процесс производства, в своей основе имеют информационную составляющую, с другой стороны, от качества и объема информационных потоков внутренней и внешней среды в прямой зависимости находится стабильность функционирования и дальнейшего развития страны и объединения в условиях неопределенности и риска. В связи с этим, важно рассмотреть основные тенденции развития мировой экономики и оценить степень влияния (как положительного, так и отрицательного) системного кризиса на информационное пространство интеграционного объединения:

1) *ускорение глобального сдвига экономической активности в сторону развития цифрового информационного пространства.* В зависимости от институциональных, культурных и экономических различий интеграционных объединений глубина сдвига активности варьируется, что в условиях пандемии иллюстрирует степень конвергенции внутри интеграции (рис. 1). При этом усиливаются следующие моменты: перевод процессов в онлайн-электронный режим, в том числе документооборот и системы баз данных; усиление информационной поддержки для наднациональных,

правительственных органов, бизнес-структур, граждан интеграционного объединения и неформальных институтов; формирование цифровых ресурсов, предоставляющих открытый доступ к достоверной проверенной информации;

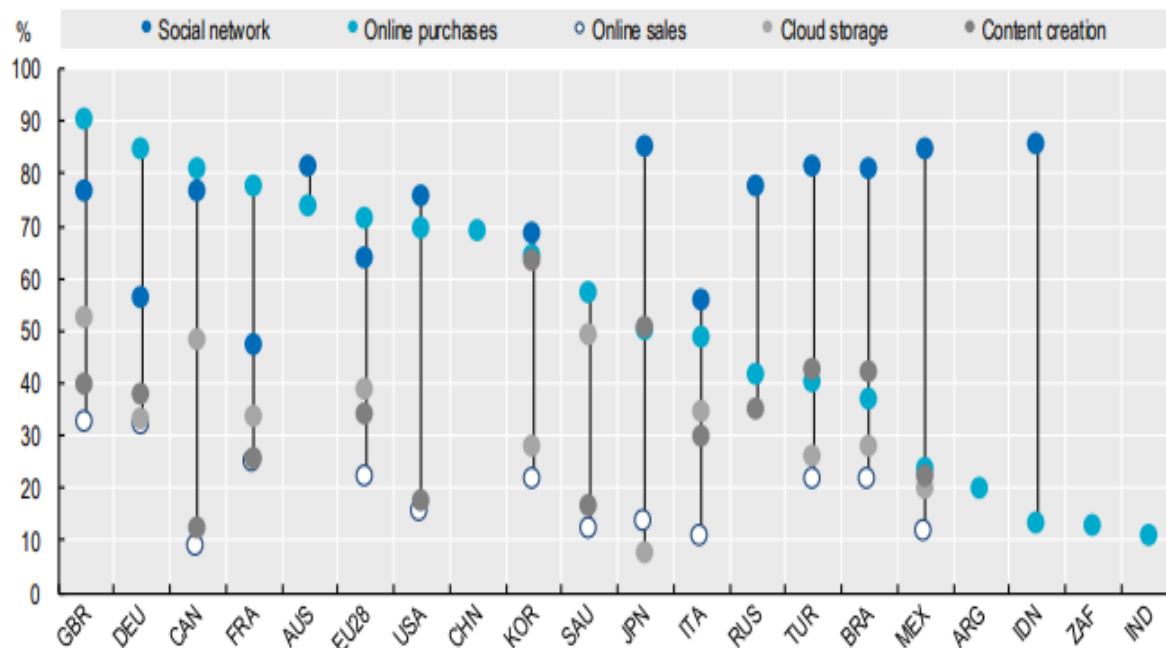


Рисунок 1 – Распространение отдельных видов онлайн-деятельности среди пользователей интернета, 2019 год [1, с. 26]

2) *рост уровня информационной неопределенности.* Исследуя Индекс мировой неопределенности в условиях пандемии (World Pandemic Uncertainty Index (WPUI)), видно, что данный показатель в 2020 г. возрос достаточно сильно по сравнению с показателями 2002 г. (события 11 сентября в США, война в Ираке), 2012 г. (фискальный кризис в США и Европе), 2018 г. (BREXIT) [2] (рис. 2);

3) *риск деглобализации и дезинтеграции в мировой экономике.* Данная угроза выражается в «усилении барьеров между странами и в снижении их взаимосвязанности» [3, с. 2], что ведет к возникновению дезинтеграционных процессов. Можно отметить, что экономическая интеграция является одним из характерных признаков процесса глобализации. Интеграционные процессы

развиваются поэтапно, имея в своей основе наднациональные структуры. Глобальные изменения в отношении пространств и территорий государств приводят к переориентации интеграционных процессов. Информационная интеграция закономерно становится необходимым условием для построения информационного пространства с целью обеспечения скорости, полноты и точности получения сведений в современных условиях хозяйствования интеграционного объединения. С учетом того, что развитие информационного пространства затруднено в деглобализирующихся условиях и невозможно в дезинтеграционных, данная тенденция вызывает опасения.

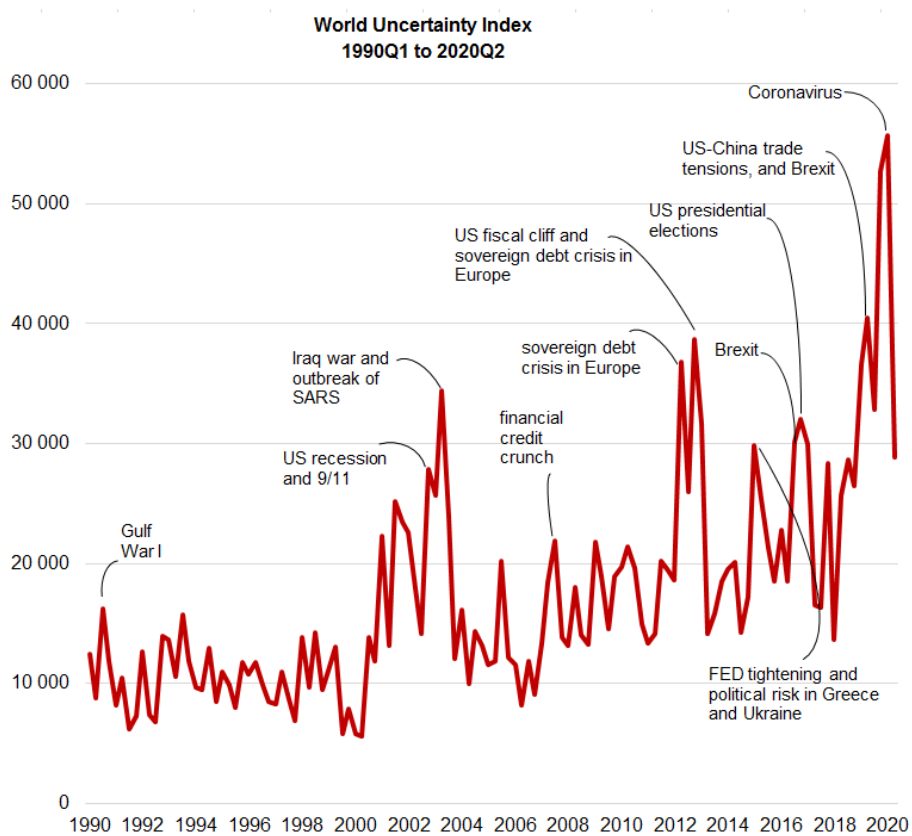


Рисунок 2 – Изменение Индекса мировой неопределенности в условиях пандемии, 1990-2020 гг.

Таким образом, влияние пандемии оказывает как отрицательное, так и положительное влияние на развитие информационного пространства интеграционных объединений. Но в большинстве случаев ухудшение эпидемиологической ситуации также влечет за собой резкое ухудшение внешнеторговой конъюнктуры, сокращение экспорта (импорта), ослабление национальных валют, ускорение вывоза капитала. Соответственно при таком отрицательном социально-экономическом развитии государств-членов серьезным испытаниям подвергнется и функционирование всего информационного пространства.

Перечень источников ссылок

1. A roadmap toward a common framework for measuring the digital economy: Report for the G20 Digital Economy Task Force. OECD. 2020. 123 p.

2. World Uncertainty Index (WUI). Режим доступа: <https://worlduncertaintyindex.com/data/>. Дата доступа: 23.06.2020.

3. Мониторинг актуальных событий в области международной торговли. 3 июня 2020 года. № 50. Всероссийская академия внешней торговли и Российский центр исследований АТЭС. 2020. 10 с.

Яремчук І. В.,

аспірант,

Університет державної фіскальної служби України

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

Передовий розвиток системи охорони здоров'я сприяє гармонізації нації, а також допомагає підтримувати соціальну та політичну стабільність у державі, адже вона виступає складовою національної безпеки країни.

Основні засади Національної стратегії охорони здоров'я було розроблено на базі Цілей сталого розвитку ООН 2016-2030рр., Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, а також на основі посібників Всесвітньої організації охорони здоров'я (далі – ВООЗ), а саме «Моніторинг складових елементів системи охорони здоров'я: збірник показників і методик їх вимірювання» та «Аналіз (моніторинг, оцінка та огляд) національних стратегій в галузі охорони здоров'я» [1].

За допомогою вище перелічених документів формується основа для оцінки та перегляду наявних програм, розроблення нових законопроектів, регуляторних механізмів, підзаконних актів, комплексних планів для перебудови та модернізації системи охорони здоров'я.

Новітня національна система охорони здоров'я має базуватися на засадничих принципах, які є фундаментальними та такими, що мають застосовуватися в усіх секторах охорони здоров'я і мають бути відображеними на кожному наступному етапі побудови та розвитку системи охорони здоров'я, а саме: системний комплексний розвиток та інтегрованість, доступність, децентралізація, якість, публічність, безпека, превентивність. Формування та реалізація Національної стратегії охорони здоров'я України на даних принципах має здійснюватися за допомогою шести компонентів, які визначені ВООЗ, а саме медична допомога та медичні послуги, доступ до основних лікарських засобів і

медичних виробів, трудові ресурси охорони здоров'я, фінансування, інформаційні системи охорони здоров'я, лідерство/управління [1].

Функціонування сучасної системи охорони здоров'я України в умовах ринкових відносин та досить обмежених наявних матеріальних, фінансових і кадрових ресурсів вимагає розроблення заходів для зростання ефективності їх використання, а саме розроблення ефективного внутрішнього аудиту у закладах охорони здоров'я [2]. Адже, бюджет охорони здоров'я в порівнянні з іншими соціальними галузями, є найнижчим (рис. 1). Видатки Міністерства соціальної політики в два з половиною рази перевищують видатки Міністерства охорони здоров'я (далі – МОЗ), з яких дві третини даних видатків складає пенсійне забезпечення. Видатки Міністерства освіти і науки України (далі – МОН) також перевищують видатки МОЗ. Тут варто окремо зазначити, що підготовка фахівців у сфері охорони здоров'я є сферою відповідальності МОЗ, тому фінансується із його бюджету, тоді як інших спеціальностей – з бюджету МОН [3].



Рисунок 1 – Видатки на охорону здоров'я в розрізі інших соціальних сфер [3]

У зв'язку із цим виникають проблеми організаційно-економічного характеру, одними з яких є планування та управління процесами розроблення та впровадження медичних інновацій, спрямованих на задоволення споживачів якістю нових медичних технологій, а також підвищення ефективності діяльності закладів охорони здоров'я. Безпосередньо приділяти увагу потрібно на раціоналізацію використання наявних ресурсів та орієнтуватися на

максимально якісні кінцеві результати. Адже саме якість надання медичних послуг має ставати метою управління під час розроблення та впровадження будь-якої нової медичної технології у рамках комплексного інтегрованого інноваційного циклу. Таким чином, для реалізації даних завдань необхідно розробити практичні рекомендації для керівництва закладів охорони здоров'я із чітким та науково обґрунтованим планом дій щодо впровадження ефективного внутрішнього аудиту за допомогою сучасних інноваційних технологій в діяльність медичних закладів. При цьому складність полягає у недостатності рекомендацій загального характеру щодо проведення внутрішнього аудиту в закладах охорони здоров'я [2].

Внутрішній аудит в Україні регламентується Стандартами внутрішнього аудиту [4] та Порядком здійснення внутрішнього аудиту та утворення підрозділів внутрішнього аудиту (далі – Порядок) [5], згідно яких його основними національними є те, що діяльність підрозділу внутрішнього аудиту має здійснюватися із застосуванням систематичного, послідовного та ризик-орієнтованого підходів до оцінки об'єкта внутрішнього аудиту та сприяти удосконаленню системи управління, внутрішнього контролю та управління ризиками через надання незалежних й об'єктивних висновків та рекомендацій. Також під час проведення внутрішнього аудиту у закладі охорони здоров'я здійснюються дослідження та оцінка системи управління та внутрішнього контролю, у тому числі управління ризиками [4].

Згідно з Порядком [5] основним завданням підрозділу є надання керівникові державного органу, його територіального органу та бюджетної установи об'єктивних і незалежних висновків та рекомендацій щодо функціонування системи внутрішнього контролю та її удосконалення; удосконалення системи управління; запобігання фактам незаконного, неефективного та нерезультативного використання бюджетних коштів та інших активів; запобігання виникненню помилок чи інших недоліків у діяльності державного органу, його територіальних органів, підприємств, установ та організацій, що належать до сфери його управління [5].

Таким чином, можна дійти висновку, що для ефективного функціонування закладів охорони здоров'я в Україні необхідно розробити механізм впровадження внутрішнього аудиту в діяльність медичної установи. Насамперед необхідно розробити практичні рекомендації для керівництва закладів охорони здоров'я із чітким та науково обґрунтованим планом дій щодо впровадження ефективного внутрішнього аудиту за допомогою сучасних інноваційних технологій в діяльність медичних закладів, адже інноваційний процес в системі охорони здоров'я є запорукою ефективного та якісного функціонування медичних закладів, а також забезпечення своєчасної допомоги людям.

Перелік джерел посилання

1. Клименко П. М., Ханенко С. М., Бутківська Т. В., Гусева Г. В., Шкробанець І. Д., Коваленко О. С., Чабан Т. І., Дольнік В. М., Найда І. В., Гук А. П., Демченко І. С., Клименко С. В., Малишевський С. А., Данилюк Е. О., Кекух Д. П., Кнерцер А. Ю., Деняк А. В. Засади національної стратегії охорони здоров'я України. *Україна. Здоров'я нації*. 2018. № 2 (49). С. 73-82.

2. Данько В. В. Удосконалення системи управління закладами охорони здоров'я на інноваційних засадах. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69). № 2. С. 102-110.

3. Міністерство охорони здоров'я України: Що було, є і буде. URL: https://moz.gov.ua/uploads/2/13773-transition_book_healthcare.pdf

4. Стандарти внутрішнього аудиту: Наказ Міністерства фінансів України від 04.10.2011 р. № 1247. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE19957.html.

5. Порядок здійснення внутрішнього аудиту та утворення підрозділів внутрішнього аудиту: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 вересня 2011 р. № 1001. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP111001.html.

Наукове видання

Матеріали
I Міжнародної науково-практичної конференції
**СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
НАУКА, ІННОВАЦІЇ ТА БІЗНЕС-ОСВІТА**

3 листопада 2020 року
м. Харків

Редактор:
Полозова Тетяна Василівна

Відповідальний секретар:
Мурзабулатова Олена Вячеславівна

Дизайн обкладинки:
Іванова Вікторія Борисівна

Харківський національний університет радіоелектроніки,
Кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою,
61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 14,
тел. (057) 702-14-90,
e-mail: sser.conf@gmail.com