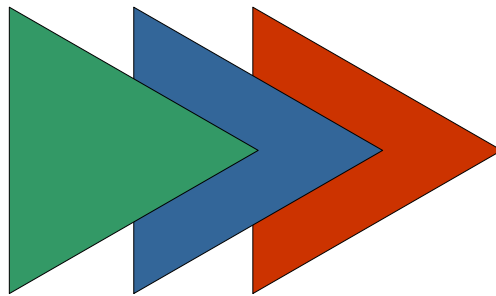


Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Білоруський національний технічний університет
Петрошанський університет, Румунія
Магдебурзький університет імені Отто-фон-Геріке, Німеччина
Мішкольцький університет, Угорщина
Вища школа менеджменту охорони праці в Катовіцах, Польща



Форвард

ТРУДИ

*XIV - ої Міжнародної науково–практичної Internet -
конференції студентів та молодих вчених*

*«Стратегії інноваційного розвитку
економіки України: проблеми,
перспективи, ефективність
«Форвард-2023»*

26 грудня 2023 р.

Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. – 201 с.

Труди відтворюються безпосередньо з авторських оригіналів.

Організаційний комітет XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023»

Голова

Манойленко О.В., д.е.н., проф., в.о. директора навчально-наукового інституту Економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП»

Співголови

Гуцан О.М., к.е.н., доц. каф. економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «ХП»;

Строков Є.М., к.е.н., доц. каф. кафедри обліку і фінансів НТУ «ХП»;

Перерва П.Г., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин НТУ «ХП»;

Кобелєв В.М., к.е.н., доцент, заступник директора Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу НТУ «ХП»;

Райко Д.В., д.е.н., проф., завідувача кафедрою маркетингу НТУ «ХП»;

Прохоренко О.В., к.е.н., доцент, завідувача кафедрою менеджменту НТУ «ХП»;

Якименко-Терещенко Н.В., д.е.н., проф., завідувача кафедрою туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХП»;

Мащенко М.А., д.е.н., проф., завідувача кафедрою підприємництва, торгівлі і логістики.

СЕКЦІЯ 1 – АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

SHMATKO N.M., Dr. prof., National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Ukraine)

IVCHYK V.V., PhD student, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Ukraine)

BUSINESS MANAGEMENT UTILIZATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE CAPABILITIES

In a time marked by swift technological progress, the incorporation of artificial intelligence (AI) into the realm of business management has become a game-changing influence. However, realizing the complete potential of AI in business management comes with its set of challenges. As enterprises delve into this transformative journey, they encounter a myriad of intricate issues, encompassing data privacy apprehensions, biases within algorithms, ethical contemplations, and the imperative of adhering to regulatory requirements.

Implementing AI demands careful planning, significant financial commitment, and a strong dedication to ethical and responsible AI practices. Entities need to formulate strategies that go beyond viewing AI as a mere tool and instead position it as an integral component of their overall operations. Key objectives to achieve this include [1]:

1. Strategic integration – Formulate a comprehensive plan for the effective integration of AI into fundamental business operations, ensuring that AI initiatives align closely with the overarching goals of the organization.

2. Data optimization – Enhance the value of data assets by focusing on improvements in data quality, collection, storage, and accessibility. This ensures that the data is well-prepared for AI-driven analysis and decision-making processes.

With a focus on enriching the collective understanding of how AI is revolutionizing the business landscape, the initiative seeks to achieve the following [2]:

1. Data assessment and strategy alignment – Organizations are encouraged to conduct a thorough assessment of their current data assets, gauging both the quality and quantity of data suitable for AI applications. This process involves aligning the AI strategy with overarching business objectives and pinpointing areas where AI can offer the maximum value.

2. AI readiness audit – Organizations have the option to carry out an AI readiness audit, scrutinizing their technological infrastructure and evaluating data management practices within the workforce. This aims to identify any existing gaps and highlight opportunities for enhancement.

The adoption of strategic AI integration empowers organizations to systematically incorporate AI into their business management methodologies aligned with overarching goals and strategies. The utilization of AI-driven insights and data analysis holds the potential to elevate decision-making processes, providing organizations with the ability to make well-informed and data-supported decisions across diverse operational realms.

The infusion of artificial intelligence into business management represents an ongoing journey of transformation and adaptation rather than a singular endeavour. Organizations that strategically embrace AI, give precedence to ethical practices and cultivate a culture of innovation position themselves for sustained success and growth in the digital age.

References:

1. *N. Nguyen*, "Generate Positive Business Impacts from Artificial Intelligence and Machine Learning", 2022.
2. *W. Reim, J. Astrom, O. Eriksson*, "Implementation of Artificial Intelligence (AI): A Roadmap for Business Model Innovation", Entrepreneurship and Innovation, Lulea University of Technology, 2020.

Бібліографія: *SHMATKO N.M., IVCHYK V.V. Business management utilization of artificial intelligence capabilities / N.M. SHMATKO, V.V. IVCHYK //* Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 3-4

БЕЗВЕРХА А.І., студентка, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАКОВОЗ О.С., д-р. екон. наук, професор кафедри менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТАХ

В умовах гострої нестачі ресурсів для багатьох підприємств саме інновації стають ефективним інструментом у конкурентній боротьбі. При цьому лише незначний відсоток інновацій у кінцевому результаті доходять до етапу виведення на ринок. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» (2002 р.) інновації – це новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукти чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери.

Високий ризик є визначною характеристикою інноваційних процесів. Управління інноваціями включає в себе прийняття управлінських рішень на етапах планування, організації, мотивації, контролю і регулювання, часто в умовах невизначеності.

Ймовірність втрат пояснюється тим, що подібні рішення потребують значних фінансових вкладень, і не завжди приносять очікуваний економічний ефект. Незважаючи на те, що перед введенням нового продукту на ринок проводяться дослідження, розробки, проектування, тестування та маркетинг, багато подібних проєктів не досягають комерціалізації. Інноваційний продукт, який все ж впроваджується, повинен повернути інвестовані кошти і компенсувати інші витрати, включаючи невдалі проєкти.

Проблема полягає у тому, що ризики в інноваційній діяльності неможливо уникнути, але їх можна суттєво зменшити шляхом диверсифікації діяльності. Диверсифікація інноваційної діяльності – це спосіб мінімізації

інноваційного ризику шляхом розподілу ресурсів і зусиль на різні проєкти, які не пов'язані один з одним. Вагома перевага даного методу розкривається у компенсації втрат від збиткових проєктів за рахунок більш успішних.

Покладання на сторонню організацію надмірно ризикованих завдань, пов'язаних із проєктом, шляхом укладання договорів та домовленостей є наступним методом мінімізації інвестиційних ризиків. За умовою, що приймаюча ризик сторона має кращі умови щодо зниження втрат або управління ризиками, ця угода може бути вигідною для обох сторін.

У сучасному бізнес-середовищі страхування інноваційних ризиків є доволі популярний метод їх зниження. Проте варто зазначити, що страхові компанії в Україні не страхують інноваційні проєкти. Дана проблема пояснюється наявністю непередбачуваних ризику та відсутності відповідного досвіду. Для стимулювання цього напрямку, необхідно стимулювати створення сприятливого середовища, включаючи розробку спеціалізованих страхових продуктів та співпрацю з інноваційними гравцями на ринку. У багатьох ситуаціях ефективні управлінські рішення на окремі фактори ризику, такі як оцінка перспективності інноваційного проєкту, ретельний підбір потенційних партнерів і персоналу, який бере участь у його реалізації, можуть допомогти запобігти негативним наслідкам або зменшити

Таким чином, можна стверджувати, що ризик в інноваційних проєктах може бути істотно зменшений, якщо розробити заходи щодо їх зниження і впроваджувати ефективні управлінських рішень щодо диверсифікації напрямків діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
2. *Ілляшенко С.М.* Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. Навч. посіб. Суми: ВТД «Університет, кн.»), 2003. 278 с.

Бібліографія: БЕЗВЕРХА А.І., МАКОВОЗ О.С. Управління ризиками в інноваційних проєктах / А.І. БЕЗВЕРХА, О.С. МАКОВОЗ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 5-6

ПЕТРИЩЕВА К.Г., аспірант, кафедра «Фінанси, банківська справа та підприємництво», Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ-Тернопіль

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ТА МЕТАЛУРГІЇ

Підприємства машинобудування та металургії є тісно взаємопов'язаними та на даний момент відіграють вирішальну роль в економіці України. Продукція підприємств саме цих галузей забезпечує створення основних засобів, що використовуються як в інших галузях, так і у власному виробництві. На сьогоднішній день погіршення зовнішніх умов діяльності підприємств впливає на погіршення результатів їх діяльності, тому актуальним є питання щодо пошуків шляхів щодо підвищення їх ефективності.

Дослідженню діяльності підприємств машинобудуваної та металургійної галузей присвячено роботи вчених: Анісімової О.М. [1], Карась П.М., Гришиної Л.О., Приходько Н.В. [2], Маршук Л.М. [3] та інших. З повагою ставлячись до наукового доробку вчених, слід відмітити, що у кризових умовах актуальним залишається питання щодо підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування та металургії.

Дослідження діяльності підприємств металургійної та машинобудівної галузі свідчить про те, що обсяг реалізації підприємств металургії (табл. 1) збільшується з 450 376 806,0 тис. грн. 2020 році до 754 151 578,8 тис. грн. у 2021 році та зменшується до 368 694 819,1 тис. грн. у 2022 році. Схожими є тенденції щодо обсягів реалізації підприємств машинобудування, а саме: спостерігається збільшення обсягу реалізації з 217 771 772,7 тис. грн. у 2020 році до 260 029 247,1 тис. грн. у 2021 році, із зменшенням до 208 266 353,0 тис. грн. у 2022 році. Різке зменшення обсягів реалізації спричинене припиненням діяльності більшості підприємств у 2022 році.

Таблиця – 1 Обсяг реалізації підприємств металургійної галузі та машинобудування 2020 – 2022 роки, тис.грн

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Металургійне виробництво	450376806,0	754151578,8	368694819,1
Машинобудування	217771772,7	260029247,1	208266353,0

Джерело: складено автором на основі даних джерела [4]

Відповідно до табл. 2 протягом 2020 – 2022 років металургійне виробництво переважно збитковим, а саме: у 2020 році рівень рентабельності усієї діяльності склав -0,4%, у 2022 році -16,5%. Підприємства машинобудування є збитковими у 2020 році -3,6% та у 2022 році -3,3%.

Таблиця – 2 Рівень рентабельності всієї діяльності підприємств металургійної галузі та машинобудування 2020 – 2022 роки

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Металургійне виробництво	-0,4%	11%	-16,5%
Машинобудування	-3,6%	2,6%	-3,3%

Джерело: складено автором на основі даних джерела [5]

Незважаючи на високі обсяги реалізації продукції підприємств машинобудівної та металургійної галузей та підвищення ефективності їх діяльності у 2021 році, у 2022 році спостерігається спад виробництва та підвищення їх збитковості через припинення діяльності більшої частини підприємств обох галузей. З метою підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудівної та металургійної галузей в умовах нестачі фінансових ресурсів та неможливості залучення кредитних коштів необхідно створення шляхів їх економного та ощадливого використання, за можливості, використання бартерних розрахунків, використання інноваційних технологій, передача в оренду обладнання та приміщень, що не можуть використовуватись на даний час, залучення власних працівників для ремонтів пошкодженого обладнання та приміщень.

Список літератури:

- 1.** *Анісімова О.М.* Оцінювання ефективності управління ресурсами металургійного підприємства // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2014. Вип. 1(2). С. 137-143. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2014_1\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2014_1(2)_24) (Дата звернення: 15.11.2018)
- 2.** *Карась П.М., Гришина Л.О., Приходько Н.В.* Особливості управління фінансовими ресурсами підприємств машинобудівної галузі // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 22(2). С. 19-24. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2012_22\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2012_22(2)_6) (Дата звернення: 15.11.2018)
- 3.** *Маришук Л.М.* Сучасні аспекти оцінювання ресурсно-фінансового потенціалу машинобудівних підприємств // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2017. Т. 22, Вип. 6. С. 89-93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_6_19 (Дата звернення: 15.11.2018)
- 4.** Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2022 роках URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення: 01.11.2023)
- 5.** Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2010-2022 роки URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення: 08.11.2023).

Бібліографія: *ПЕТРИЦЕВА К.Г.* У Підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування та металургії / *К.Г. ПЕТРИЦЕВА* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 7-9

SHKIRA O.P., master's student, Management Department, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

THE IMPERATIVE FOR THE FORMULATION AND IMPLEMENTATION OF THE CRISIS MANAGEMENT MODEL STRATEGY WITHIN BUSINESS ORGANIZATION

A crisis is a serious threat to the basic structures or the fundamental values and norms of a system, which – under time pressure and highly uncertain circumstances – necessitates the making of critical decisions [1].

In the modern business environment, a crisis is not an episodic anomaly but rather a recurrent and widespread aspect of organizational activities. This recurring phenomenon spans a spectrum of contingencies, including, but not limited to, economic fluctuations, cyber vulnerabilities and reputational losses. The imperative for the companies lies not only in crisis reaction but in the proactive cultivation of resilience. The cyclical and dynamic nature of these challenges becomes a foundational force, which drives a shift of organizational paradigm from crisis avoidance to systematic readiness. It is especially relevant for the business environment in the context of Ukrainian realities.

The consequences of crises extend beyond operational impact, including harmful ramifications on a company's financial performance, stakeholder relations and broader societal well-being. These impacts trigger the erosion of client trust, depreciation of brand equity and decline of market share. The rapid speed of technological evolution, worldwide interconnectedness and the nature of fast information spreading, has intensified the impact of crises. What was once a local issue can now escalate into a regional crisis within days and a global one within weeks. Internally, crises negatively influence employee morale and productivity.

Contrary to the notion that crises are insurmountable, organizations possess the capacity to navigate, mitigate, and recover from the most challenging situations. Crisis management is the process through which a company seeks to take and apply

necessary measures to overcome a crisis with minimum loss [2].

Crisis management aims to achieve the following objectives [3]:

- ensure well-being of the stakeholders;
- exercise command over the immediate circumstances while sustaining business operations with minimal disruption;
- expedite the restoration of business operations to a state of normalcy at the earliest possible juncture;
- mitigate losses or damages and uphold business confidence;
- sustain proficient communication channels internally and with stakeholders such as customers, the media, and regulatory bodies.

Spectrum of proficiency in crisis management ranges from escaping to interactive actions and classified as follows [4]:

1. Pre-emptive crisis management.

It seeks to predict a possible crisis early and find solutions that could allow a company to avoid a subsequent crisis. The aim is to resolve the crisis as quickly as possible, and avoidance is the quickest way to its resolution.

2. Proactive crisis management.

This approach also seeks to identify a possible crisis as early as possible, but to take initiative early in the crisis and resolve it rather than for its avoidance.

3. Responsive crisis management.

It is understood as a set of procedures and principles to help bring the affected business out of the crisis and stabilize it. Responsive crisis management emphasizes agility, flexibility and involves quick decision-making, effective communication, resource mobilization, and strategic planning to address the immediate and long-term consequences of a crisis.

4. Reactive crisis management.

It is characterized by a chaotic management response to an evolving crisis.

A crisis management model is a framework which covers all aspects of crisis prevention, management and recovering from a crisis. Crisis managers can achieve better results by viewing events via a model. It is important to differentiate crisis

management from risk management - risk management involves planning for events that might occur in the future, crisis management involves reacting to negative events during and after they have occurred. Lifecycle crisis management models unfold crisis to a set of sequential stages. The easiest model contains just three stages – pre-crisis, crisis and post-crisis.

Crisis management strategy refers to the specific plans, tactics and actions that a company develops to address a particular crisis. It is more granular and focused on the unique aspects of a crisis. A crisis management strategy outlines how the company will respond to the crisis, the steps to be taken, the resources to be deployed and the objectives to be achieved. These strategies are typically developed within the broader framework of the crisis management model.

Thus, the imperative for formulation and implementation of the crisis management model and strategy within a business organization predominantly lies in the proactive cultivation of resilience but involves crisis reaction as well. The crisis management model provides the overarching structure and guidelines for how a company will handle crises, while the crisis management strategy outlines the specific actions and tactics to be executed during a particular crisis. Both are essential for effective crisis management, with the model providing the framework for strategic planning and the strategy addressing the tactical and operational aspects of crisis response.

References:

1. **Rosenthal, U.**, Coping with Crises. The Management of Disasters, Riots, and Terrorism /U. Rosenthal, M. T. Charles, P. Hart // C.C. Thomas – 1989. – 485p.
2. **Meyers, G. C.** Managing crisis: A positive approach / G. C. Meyers, J. Holusha // London, Routledge. – 2018. – 290 p.
3. **Can, H.**, Organization and Management // Ankara, Adım Publishing. – 1992. – 300p.
4. **Sahin, S.**, Innovative Crisis Management in Construction: Approaches and the Process. / S. Sahin, S. Ulubeyli, A. Kazaza, // Procedia – Social and Behavioral Sciences – 2015.

Бібліографія: SHKIRA O.P. The imperative for the formulation and implementation of the crisis management model strategy within business organization / O.P. SHKIRA // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 10-12

ПОЕТАПНЕ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Впровадження ефективних стратегій мотивації персоналу на підприємстві стає вирішальним завданням для досягнення високої продуктивності та стабільності. У цьому контексті важливо розглядати не лише матеріальні аспекти, такі як оплата праці, але і різноманітні нематеріальні фактори, які впливають на задоволеність та зацікавленість працівників.

Існують різноманітні приклади систем мотивації, які варіюються відповідно до особливостей роботи конкретної організації та потреб її працівників, з поєднанням матеріальних та нематеріальних заходів. Так, у матеріальній мотивації може бути присутня виплата бонусів за досягнення цільових значень ключових показників продуктивності (KPI), тоді як в нематеріальній сфері працівникам може бути надана можливість брати участь у корпоративних подіях або організація командних поїздок. Зокрема, система мотивації може також включати ініціативи з навчання та розвитку персоналу, які є додатковою формою мотивації. Це створює можливість для підвищення кваліфікації та професійного рівня працівників, що в свою чергу сприяє покращенню їхньої ефективності та збільшує їхній внесок у діяльність організації [1; 2].

Одним з прикладів суттєвої складової системи мотивації є система визначення результативності праці. Ця система розрахована на застосування заходів, спрямованих на підтримку індивідуальних та колективних зусиль працівників для досягнення поставлених цілей в діяльності підприємства.

Іншим прикладом є система участі працівників в управлінні підприємством, зокрема через придбання чи надання робітникам акцій. Ця система стимулює працівників шляхом фінансової участі в прибутках компанії, надаючи їм можливість отримувати дивіденди в залежності від загального

успіху підприємства.

Система колективного стимулювання використовує групові ініціативи для підвищення продуктивності. Цей метод застосовується у випадках, коли стимулювання персоналу через участь у прибутку можливе лише на групових засадах. Ця система мотивації передбачає впровадження взаємопов'язаних заходів, спрямованих на стимулювання як окремих працівників, так і трудового колективу в цілому для досягнення індивідуальних та загальних цілей підприємства. [3]

Система мотивації має включати в себе максимально повний перелік факторів, які можуть впливати на мотивацію працівників [4]. Охоплення всіх можливих аспектів у системи мотивації надає можливість створити найліпші умови для підлеглих, та створити найбільш сприятливі умови в колективі. Також це має мінімізувати ризики втрати кваліфікованих кадрів, через ментальну прив'язку працівника до компанії у якій він відчуває себе комфортно та захищено.

Таким чином можна запропонувати до створення систему мотивації яка має в себе включати послідовність п'яти кроків. По-перше потрібно створити систему відшкодування, яка враховує прозору систему кар'єрного зросту, бонуси та премії. Це є найважливішим аспектом фінансової мотивації. По друге треба створити систему комфортних умов праці, яка має включати в себе робоче місце, соціальну програму та гнучкі умови праці. Ці умови забезпечать базовий рівень захищеності та комфорту для працівника. Третім кроком може бути створення системи розвитку та надання винагород за досягнення, що є дуже важливим для підвищення мотивації з базового рівня на більш розвинутий. Четвертим кроком доцільно розробити заходи, що мають на меті утворення сильного психологічного зв'язку з колективом та компанією [5]. Для цього може бути розроблені корпоративні заходи для підвищення згуртованості колективу, та налагоджені дружні зв'язки персоналу з менторами та керівниками. Як останній крок підвищення мотивації можна зазначити створення сильного психологічного зв'язку з компанією, створивши план

успішного майбутнього працівника у компанії, та надання допомоги у випадках непередбачуваних ситуацій.

Створення такого підходу, який має акцент на поетапному створенні зв'язку з працівником враховуючи пріоритетність та різноманітність потреб, має на меті комплексне та поступове охоплення всіх потреб робітників та менеджерів в сфері мотивації, на відміну від існуючих систем, які не враховують поетапність створення цих умов та їх розширення. Цей підхід до формування системи мотивації може бути застосований на широкому спектрі підприємств та бути основою для подальших досліджень питань мотивації персоналу.

Список літератури:

1. **Климчук А.** Методи мотивації персоналу на промислових підприємствах. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2016. № 1 (29). С. 44–47.
2. **Ярмош В. В.** Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу. Економічний аналіз. 2014. № 15, № 3. С. 263–268.
3. **Чигринець О. А.** Теоретичні аспекти впровадження результат-орієнтованої системи мотивації персоналу. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8141/1/teoretic.pdf> (дата звернення: 25.11.2023).
4. **Черниш І. В., Козик М. В.** Сучасні форми і методи мотивації персоналу підприємств сфери послуг. 2021.
5. **Харчишина О. В.** Роль організаційних цінностей у формуванні системи мотивації персоналу. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2014. № 19, Вип. 2 (4). С. 96–100.

Бібліографія: ТАЄМНИЦЬКИЙ В.В. Поетапне формування системи мотивації персоналу / В.В. ТАЄМНИЦЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 13-15

ВОЛОВИК М.Л., магістрант

КОЗЮРА І.В., д-р. держ.упр., професор, ПУЕТ

УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасні технології мають суттєвий вплив на розвиток менеджменту в цілому та на сферу прийняття управлінських рішень. А для того щоб ефективно функціонувала будь-яка організація, а саме досягалися поставлені цілі, мають прийматися виважені, оптимальні, раціональні управлінські рішення, незалежно від того чим замається об'єкт управління.

В сучасній науковій літературі проблемам та особливостям прийняття управлінських рішень приділена належна увага. Так, Жовковська Т. Т. визначає прийняття рішення вольовим актом керівника щодо розв'язання проблеми, яка передбачає набір альтернатив. При цьому вибір варіанта дій є процесом, а шлях розв'язання проблеми – результатом [1, с. 147]. О. М. Олійниченко в визначенні даного поняття робить акцент на тому, що прийняття рішень менеджерами передбачає, перш за все, творчий підхід, адже кожна проблема не має стандартного, усталеного способу вирішення. Пошук всіх можливих альтернатив підкреслюють творчу складову управлінських рішень [2, с. 80].

На думку Н. Іванченко і В. Яцюрук «управлінське рішення – це вибір альтернативи, здійснений керівником у рамках його посадових повноважень і компетенції і спрямований на досягнення цілей організації» [3].

Управлінське рішення – це початковий і основний момент в організації діяльності кожного керівника, тому що є основним змістом процесу управління.

Управлінське рішення – це результат творчого цілеспрямованого аналізу проблемної ситуації, вибору шляхів, методів і засобів її вирішення відповідно до цілей системи менеджменту. Основою управління виступає прийняте рішення. Своєчасно висунуте науково обґрунтоване управлінське рішення є гарним стимулом для виробництва, а рішення, котре було прийняте не своєчасно знижує продуктивність підприємства, яка в подальшому впливає на

рівень конкурентоспроможності. Менеджер несе відповідальність за своє рішення та не може приймати необґрунтовані на непродумані рішення.

Управлінське рішення має відповідати чітким вимогам, а саме має бути науково обґрунтованим, тобто управлінське рішення має бути сформованим беручи до уваги об'єктивні закономірності, що показують як відбуваються ті чи інші процеси та явища, особливо в економічній сфері. Варто зазначити серед вимог також кількісну та якісну визначеність рішення, що прогнозує його результати, які, залежно від змісту, можуть виражатися як якісними показниками, так і кількісними. Правомірність рішення означає відповідність управлінського рішення внутрішнім положенням організації, а також чинним нормам. Оптимальність прийняття управлінського рішення передбачає досягнення такого рівня, який би забезпечив відповідність рішення економічному критерію ефективності: досягнення максимального кінцевого результату за найменших витрат ресурсів, у тому числі часу. Своєчасність прийняття рішення можемо охарактеризувати правильним вибором моменту для його прийняття. Це дуже важливо, тому що умови діяльності організації постійно змінюються, потрібно вдало визначати, коли слід застосовувати відповідні заходи.

В основу раціональної технології прийняття управлінського рішення покладено аналіз та вибір альтернатив. Основні етапи цієї технології включають в себе виявлення проблемної ситуації, збір та аналіз інформації, пошук альтернатив, аналіз та вибір альтернативи, прийняття рішення та заключним етапом є контроль результатів [4, с.590]

Найоптимальніший варіант процесу вироблення раціональних управлінських рішень охоплює такі етапи:

1. Виникнення ситуації, яка потребує прийняття рішення (поява необхідності формалізації методів менеджменту).
2. Збір та оброблення інформації щодо розроблених методів менеджменту.
3. Виявлення та оцінювання альтернатив, закладених у розроблених

методах менеджменту.

4. Підготовка та оптимізація управлінського рішення, яке приймається (вибір альтернативи).

5. Прийняття управлінського рішення (узаконення альтернативи).

6. Реалізація управлінського рішення та оцінювання результатів.

Прийняття оптимального управлінського рішення можливе внаслідок всебічного аналізу процесів і проблем виробничо-господарської, збутової, фінансової та інших видів діяльності з орієнтацією на інтереси, стратегічні цілі організації. Не менш важливим є врахування чинників, пов'язаних з економією матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, отриманням оптимального прибутку тощо.

Отже, прийняття управлінських рішень вимагає від керівників високого рівня компетентності, значних затрат часу, енергії, досвіду, відповідальності. Прийняття управлінських рішень є важливою частиною управлінської діяльності, навколо якої обертається життя організації. Від того, наскільки обґрунтованими й ефективними будуть рішення, які приймаються керівником, залежить успіх роботи організації.

Список літератури:

1. **Жовковська Т.Т.** Методологія прийняття управлінських рішень за рефлексивного підходу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. № 19. С. 146–150.
2. **Олійниченко О.М.** Аспектний підхід до визначення поняття «управлінське рішення». Наукові праці НУХТ. 2007. № 21. С. 79–83.
3. **Іванченко Н.О., Яцюрук В.О.** Розробка управлінських рішень в діяльності підприємства. Національний авіаційний університет. Інститут економіки та менеджменту. / Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/pspe/2012_1/Yacuruk_112.htm
4. **Серединська В.М., Загородна О.М., Федорович Р.В.** Економічний аналіз: навч. посіб. – Тернопіль: Видавництво Астон, 2012. – 624 с.

Бібліографія: ВОЛОВИК М.Л., КОЗЮРА І.В. Управлінські рішення в сучасних умовах / М.Л. ВОЛОВИК, І.В.КОЗЮРА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 16-18

ГАНДЗЮК В.О., здобувачка вищої освіти, факультет управління та економіки, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ГРАМАТОВИЧ Ю.В., старший викладач, кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА

Працівники є основним ресурсом будь-якого підприємства. Від їхньої продуктивності та ефективності залежить успіх підприємства на ринку. Тому одним із важливих завдань управління персоналом є створення ефективної системи стимулювання праці. Цей підхід включає в себе ряд заходів та стратегій, спрямованих на підвищення мотивації працівників, що призводить до збільшення їх продуктивності та залученості.

Стимулювання праці – це комплекс заходів, спрямованих на підвищення трудової активності, продуктивності та якості праці, а також на задоволення потреб працівників [1].

За допомогою стимулювання праці можна досягти таких цілей, як:

- збільшення обсягу та якості продукції;
- зниження витрат та збитків;
- підвищення конкурентоспроможності та рентабельності;
- покращення клімату та відносин у колективі;
- забезпечення задоволення та лояльності працівників;
- сприяння інноваційності та креативності;
- розвиток професійних навичок та компетенцій [2].

Однак, стимулювання праці не є простим та однозначним процесом, оскільки воно вимагає врахування багатьох факторів, таких як:

- індивідуальні особливості, потреби та цінності працівників;

- організаційні цілі, стратегії та ресурси;
- зовнішнє середовище, ринкова ситуація та законодавство;
- специфіка галузі, виду діяльності та технології;
- культурні, соціальні та етичні норми [2].

Перед тим як розглядати конкретні методи стимулювання праці, важливо розуміти різницю між мотивацією та стимулюванням праці. Мотивація - це внутрішній стимул, який підтримує особистий інтерес та бажання працювати на досягнення поставлених цілей. Стимулювання праці, навпаки, часто визначається як зовнішній вплив або система нагород і покарань, які призначені для збільшення ефективності праці.

Стимулювання праці може здійснюватися за допомогою матеріальних і нематеріальних стимулів.

Матеріальні стимули - це грошові та матеріальні винагороди, які виплачуються працівникам за їхню працю [3]. До матеріальних стимулів належать:

- заробітна плата – вона повинна бути справедливою і відповідати рівню кваліфікації працівника, його вкладу в результати праці та умовам праці;
- додаткові виплати – це грошові винагороди, які виплачуються працівникам понад заробітну плату. До них належать премії, надбавки, доплати, відпускні, компенсації за відрядження тощо;
- матеріальні винагороди – це матеріальні блага, які виплачуються працівникам як винагорода за їхню працю. До них належать подарунки, путівки на відпочинок, цінні подарунки тощо.

Нематеріальні стимули – це негрошові заходи, які спрямовані на підвищення мотивації працівників до праці [4]. До нематеріальних стимулів належать:

- моральні стимули – заходи, які спрямовані на визнання заслуг працівників і підвищення їхньої самооцінки. До моральних стимулів належать: похвала, подяка, заохочення, нагороди тощо;
- соціальні стимули – заходи, які спрямовані на задоволення

соціальних потреб працівників. До соціальних стимулів належать: створення комфортних умов праці, забезпечення працівників соціальним захистом, надання їм можливості для професійного розвитку та кар'єрного зростання тощо.

Вибір між матеріальним та нематеріальним стимулюванням залежить від багатьох факторів, таких як: цілі мотивації, характеристика працівників, фінансові можливості підприємства.

Цілі мотивації – матеріальне стимулювання ефективніше для досягнення таких цілей, як підвищення продуктивності праці, дотримання трудової дисципліни тощо. Нематеріальне стимулювання ефективніше для досягнення таких цілей, як підвищення творчості, ініціативи, лояльності працівників тощо.

Характеристика працівників – матеріальне стимулювання є більш ефективним для працівників, для яких важливі матеріальні потреби. Нематеріальне стимулювання є більш ефективним для працівників, для яких важливі нематеріальні потреби, такі як соціальне визнання, статус, можливість творчості тощо.

Фінансові можливості підприємства – матеріальне стимулювання є більш витратним, ніж нематеріальне. Тому, якщо підприємство має обмежені фінансові можливості, воно може зосередитися на нематеріальному стимулюванні.

Оптимальним є поєднання матеріального та нематеріального стимулювання. Такий підхід дозволяє задовольнити різні потреби працівників і підвищити їхню мотивацію до праці.

Таким чином, стимулювання праці в сучасному виробничому середовищі є важливим інструментом для досягнення високої ефективності та конкурентоспроможності. Компанії, які ретельно розробляють та впроваджують системи стимулювання, можуть очікувати позитивного впливу на робочий процес та загальний успіх бізнесу. Забезпечення справедливості, прозорості та врахування індивідуальних потреб працівників допомагає створити мотиваційне середовище, в якому кожен співробітник може відчувати

себе важливим і здатним досягати високих результатів.

Список літератури:

1. **Храпкіна В.В., Борецька Е.Т.** Сучасні методи стимулювання праці. Modern Economics. 2021. № 27. С. 215-220.
2. **Узун М. В.** Стратегії стимулювання праці персоналу підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 2(12), Том 3. С. 112-117.
3. **Іваницька С.Б., Клітна М.Р.** Методологічні основи стимулювання праці персоналу підприємства. Ефективна економіка. 2013. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2478>
4. Нематеріальна мотивація: перелік дієвих способів підвищити залученість персоналу. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/nematerialna-motivatsiya-perelik-diyevih-sposobiv-pidvischiti-zaluchenist-personalu>

Бібліографія: ГАНДЗЮК В.О., ГРАМАТОВИЧ Ю.В. Стимулювання праці як інструмент підвищення ефективності виробництва / **В.О. ГАНДЗЮК, Ю.В. ГРАМАТОВИЧ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 19-22

ГУСАКОВСЬКА Т.О., канд. екон. наук, доцент, Полтавський університет економіки і торгівлі

ФІЛЬКО В.А., магістрант, Полтавський університет економіки і торгівлі

СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

В нинішніх умовах динамічних змін в економіці та постійних викликів для підприємства, забезпечення ефективності процесу стратегічного управління вимагає застосування інструментів, що дозволяють підвищити обґрунтованість управлінських рішень та необхідну гнучкість та адаптивність підприємства. Сьогодні менеджмент підприємства потребує інструментарію, який дозволив би наповнити процес прийняття рішень у процесі формування стратегії адекватною і достатньою інформацією. Одним із таких інструментів є система збалансованих показників, що набуває все більшого поширення в практиці управління підприємствами.

Система збалансованих показників (ЗСП) включає фінансові та нефінансові показники, що відображають кількісну або якісну зміну результатів відповідно до стратегічних цілей підприємства. Ця система містить основні показники ефективності, необхідні для кожного об'єкта контролю та порядок їх розрахунку і оцінювання. Вона становить основу для прийняття рішень, базується на оцінці ефективності діяльності підприємства і спрямована на досягнення його стратегічних цілей.

Класично ЗСП включає чотири основні аспекти: фінансову діяльність, відносини зі споживачем, внутрішню виробничу діяльність, навчання і розвиток. Ці чотири діяльності організації мають причинно-наслідкові зв'язки та пов'язують управлінські процеси та їх результати в минулому, теперішньому і майбутньому.

Набір показників в рамках основних чотирьох складових ЗСП дає основу для формування стратегії підприємства і включає кількісні характеристики для

інформування про основні чинники успіху та досягнення стратегічних цілей. Формулюючи очікувані результати, підприємство ставить цілі і створює умови для їх реалізації, а керівництво направляє енергію, здібності і знання співробітників на вирішення завдань довгострокової перспективи .

Суть введення ЗСП не тільки в можливості оцінювати стан організації по найважливіших напрямках її діяльності, а й забезпечувати їх поєднання і взаємодію для досягнення її стратегічних цілей. Головне завдання ЗСП - трансформування стратегії організації в конкретні показники; з їх допомогою діяльність організації може бути збалансована за основними напрямками і забезпечене ефективне стратегічне управління її діяльністю.

Структура системи основних показників ефективності залежить від специфіки підприємства та завдань управління. Основними вимогами до них є: обмежена кількість; єдність для всього підприємства; вимірність, можливість кількісного вираження; можливість впливати на чинники; а також стимулювання працівників.

Відображаючи основні стратегічні напрямки діяльності організації, ЗСП є інструментом, що дозволяє моніторити основні організаційні процеси, вчасно виявляти відхилення та вносити корективи, а також направляти основні зусилля на вирішення ключових для розвитку організації проблем.

Список літератури:

1. **Kaplan R. S., Norton D. P.** The Balanced Scorecard—Measures that Drive Performance. URL: <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2>
2. Офіційний сайт «Balanced Scorecard в Україні» URL: <http://bsc.org.ua/>.
3. **Рибалко-Рак Л. А., Кірсей В.Д., Полещук М.С.** Стратегічне управління в соціально-економічних системах: генезис та сьогодення. Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матеріали X Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 19–20 листопада 2020 року). Полтава : ПУЕТ, 2020. С. 249-251. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/10693>

Бібліографія: **ГУСАКОВСЬКА Т.О., ФІЛЬКО В.А.** Система збалансованих показників як ефективний інструмент стратегічного управління організацією / **Т.О. ГУСАКОВСЬКА, В.А. ФІЛЬКО** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 23-24

КОРОЛЬОВ Д.В., магістрант

КОЗЮРА І.В., д-р. держ.упр., професор, ПУЕТ

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах ведення бізнесу необхідною умовою забезпечення стійкого й довгострокового позитивного ділового успіху організації є створення його сильного та вдало сформованого іміджу.

Існує велика кількість визначень поняття «імідж», що розглядають його з різних точок зору. На думку А. В. Колодка, С. М. Ілляшенко, «Імідж – це образ організації та ставлення суспільства до її діяльності та продукту на основі сформованих цінностей».[1, с. 165]. У роботі Г. В. Костюк, В. В. Сторожук «Імідж підприємства – це сформоване представлення цільовій аудиторії інформації щодо діяльності та успіхів підприємства, що постійно та динамічне впливає на взаємини підприємства з його потенційними та фактичними покупцями, на його конкурентоспроможність, фінансові результати та контакти з іншими державними або приватними підприємствами, установами й організаціями» [2, с. 176].

Імідж підприємства визначається сукупністю характеристик, що дають уявлення про його діяльність. Для іміджу важлива не сама характеристика, а те уявлення, яке можна створити про неї професійними засобами і яке забезпечить організації позитивний імідж.

Завдання іміджу:

1. Підвищення престижу фірми, тому що розробка фірмового стилю свідчить про увагу фірми не тільки до питань виробництва.
2. Підвищення ефективності реклами і різних заходів щодо просування товару.
3. Полегшення введення на ринок нових товарів (послуг), тому що фірмі зі сформованим іміджем вивести товар на ринок легше.
4. Підвищення конкурентоспроможності фірми, тому що в умовах

рівного товару конкуренція ведеться на рівні іміджів фірм.

Формування іміджу підприємства – це результат діяльності підприємства (організації), умілим використанням PR-інструментів задля впливу на суспільство, громадян, використання методів і принципів, які допомагають підприємству досягти поставлених цілей.

Формування іміджу залежить від: офіційної політики підприємства, корпоративної рекламної комунікації, корпоративної індивідуальності, фірмового стилю підприємства, іміджу товару, іміджу партнерів, візуальних засобів.

Для успішного формування та підтримки позитивного іміджу підприємства необхідно звертати увагу на всі дрібниці, ретельно аналізуючи кожен крок і обдумуючи кожне рішення. Таким чином, об'єктивно необхідна первісна розробка плану формування іміджу підприємства та слідування йому протягом всього життєвого циклу компанії. Важливо пам'ятати, що всі елементи іміджу повинні бути взаємопов'язані і працювати як єдине ціле.

Формування іміджу складається з таких етапів

1. Аналіз стартової позиції рівня підтримки підприємства
2. Розробка системи заходів щодо позитивного формування іміджу підприємства
3. Реалізація заходів, спрямованих на створення позитивного іміджу організації
4. Регулювання системи заходів задля створення позитивного іміджу підприємства.
5. Обґрунтування рішень щодо активізації дії засобів та стимулів на формування іміджу підприємства.

Під час розробки іміджу враховують такі основні чинники:

- маркетинговий — виокремлення маркетингових відмінностей об'єкта;
- соціологічний — визначення переваг, до яких схильна аудиторія;
- ситуаційний — визначення контексту, в якому відбувається

формування іміджу;

– комунікативний — забезпечення відповідного інформаційного впливу.

Для формування позитивного іміджу підприємствам слід впроваджувати такі заходи:

– вивчати потреби клієнтів та пропонувати споживачам цінності та переваги товару чи послуги, які відповідають їх потребам та очікуванням. Постійно розширювати спектр послуг, що надаються. Використовувати нові технології;

– доводити інформацію до аудиторії усіма каналами маркетингових комунікацій. Максимально наблизити інформацію до клієнтів;

– підтримувати та вдосконалювати внутрішній позитивний емоційний клімат;

– проводити заходи, що демонструють соціальну та екологічну відповідальність підприємства;

– покращувати якість менеджменту, який зобов'язаний чітко розуміти корпоративну стратегію та впроваджувати її;

– удосконалювати управління персоналом, що підвищить імідж підприємства як роботодавця.

Отже, імідж – це, з одного боку, цілеспрямовано сформований образ об'єкта, що направлений на певну аудиторію і впливає на неї належним чином, з іншого – це суб'єктивний образ об'єкта, який сформувався у свідомості споживача і виявляється у формах споживчої поведінки.

Список джерел:

1. *Колодка А. В., Ілляшенко С. М.* Імідж організації як економічна категорія : сутність, зміст, основні етапи формування. Прометей. 2012. № 2 (38). С. 164–170.
2. *Костюк Г. В. Сторожук В. В.* Формування позитивного іміджу підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайн. 2014. № 1. С. 176–181.

Бібліографія: КОРОЛЬОВ Д.В., КОЗІЮРА І.В. Формування іміджу підприємства / Д.В. КОРОЛЬОВ, І.В. КОЗІЮРА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 25-27

НИПОРКА К.А., студентка, Державний торговельно-економічний університет

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ У КОМУНІКАЦІЇ З КОЛЕГАМИ: МЕТОДИ ТА ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ

Будь-яке спілкування – це вплив. Це пояснюється тим, що багато видів комунікаційної поведінки спрямовані на перетворення інформаційної поведінки на фізичну. Ми говоримо, що людина виконує певну дію, або в іншому випадку блокує дію. Наприклад, коли ви звертаєтесь за допомогою до колеги, вона може стати більш схильною допомагати вам, розраховуючи на взаємність.

У повсякденній поведінці людина часто спирається на стереотипи. Це спростить ваше мислення та заощадить час на впровадження стандартів. Однак у багатьох випадках стереотипи призводять до помилок. Ми також схильні довіряти визнаним експертам і авторитетам у своїх галузях. Ми не акцентуємо увагу на аргументах експертів, але це вплив на свідомість. Цей вплив має дві мети - або стабілізувати даний стан, або перейти до нового стану. При взаємодії з новим колегою можна використовувати позитивні стереотипи, щоб швидше розвинути дружбу, але важливо бути обережним, щоб не призвести до неправильних умовних вражень.

Давайте розглянемо кілька основних методів, за допомогою яких можна вплинути на поведінку окремих людей або всієї вашої робочої сили.

1. Зверніться за допомогою

Цей ефект відомий як ефект Бенджаміна Франкліна. Суть полягає в тому, що той, хто одного разу зробив вам послугу, більш охоче зробить це ще раз в порівнянні з тією людиною, яка чимось зобов'язана вам. Пояснення просте – працівники вирішують що, якщо ви звертаєтесь до нього з проханням, то у майбутньому ви також готові йому допомогти.

2. Просіть більше

Ця техніка має назву «дверима в чоло». Вам потрібно попросити

співробітників або колег зробити більше, ніж ви насправді хочете. Ви навіть можете попросити зробити якісь дурниці. Швидше за все, людина скаже вам «ні» і незабаром після цього, не соромтеся просити те, що ви хотіли, з самого початку - людині буде некомфортно відмовити вам знову у проханні і вона буде відчувати обов'язок вам допомогти.

3. Звертайтеся до співрозмовника по імені

Відомий американський психолог Дейл Карнегі вважає, що дуже важливо називати людину по імені. Ім'я для будь-якої людини - це найприємніше поєднання звуків. Використання титулу, соціального статусу чи форми звернення має той самий ефект. Якщо ви поведетесь певним чином, до вас ставитимуться відповідно. Наприклад, якщо ви називаєте когось своїм другом, тоді він або вона швидко розвинуть відчуття до вас дружні почуття, а називаючи колегу по імені, ви підсвідомо підсилюєте позитивні почуття та рівень довіри. Намагайтеся запам'ятовувати імена колег і підлеглих - це значно посилить вашу позицію в їх очах.

4. Умійте слухати

Сказати комусь, що він не правий, — не найкращий спосіб розташувати когось до себе. Ефект, швидше за все, буде негативним. Є інший спосіб висловити свою думку, не заводячи ворогів. Наприклад, слухайте, що говорить співрозмовник, і намагайтеся зрозуміти, про що він говорить, як це відчувається йому і чому він думає саме так. Тоді ви знайдете спільну мову серед, здавалося б, протилежних точок зору і зможете використати це, щоб пояснити свою позицію. Спершу висловіть свою згоду - так співрозмовник більше зверне увагу на те, що ви скажете далі. Якщо колега висловлює обурення, ви можете сказати: "Розумію, ви відчуваєте себе обуреним через...". Це допомагає показати, що ви розумієте його погляд і готові працювати над розв'язанням.

5. Повторюйте за співрозмовником

Один із найефективніших способів змусити когось адаптуватися до вас і показати, що ви справді їх розумієте, — перефразувати те, що вони говорять.

Скажіть те саме, тільки своїми словами. Цей прийом ще називають рефлексивним слуханням. Так зазвичай працюють психотерапевти — люди більше розповідають про себе, і між лікарем і пацієнтом виникають майже дружні стосунки. Цей прийом простий у використанні під час розмови з керівництвом. Сформулюйте те, що він щойно сказав, як запитання - таким чином ви покажете цій людині, що уважно слухали та розуміли, і він почуватиметься комфортніше з вами.

6. Кивайте під час розмови

Коли люди кивають, слухаючи щось, зазвичай це означає, що вони згодні з промовою. Люди природньо вважають, що коли хтось киває під час розмови з ними, це також означає згоду або навіть підтримку. Це має такий же ефект, як імітація. Кивання протягом усієї розмови допоможе вам переконати співрозмовника у своїй правоті.

Отже, по суті, психологічний вплив являє собою «проникнення» однієї особистості в психіку іншої. Цей вплив на психічний стан, думки, почуття і поведінку оточуючих досягається цілком за допомогою психологічних засобів (вербальних або невербальних). Психологічні впливи мають зовнішнє (по відношенню до реципієнта) походження і сприймаються ним, приводячи до зміни конкретних психологічних регуляторів певної діяльності людини.

Список літератури:

1. Психологія впливу. Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://open.kmbs.ua/psihologiya-vplivu/>
2. *Таранов П. С.* Приемы влияния на людей / П.С. Таранов. – Симферополь : Таврия, 2012. – 496 с

Бібліографія: *НИПОРКА К.А.* Психологічний вплив у комунікації з колегами: методи та ефективні стратегії / *К.А. НИПОРКА* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 28-30

САЄНКО Л.В., магістрант, ПУЕТ

ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ Л.М., д-р. екон. наук, професор, ПУЕТ

АНТИКРИЗОВЕ ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В Україні з переходом до ринку об'єктивно склалися умови порушення діяльності підприємств. Кризовий стан виявляється в тому, що погіршуються фінансові результати діяльності підприємств, вони нездатні отримувати прибуток, в результаті це може призвести до банкрутства. Основним засобом виживання підприємства в таких умовах є антикризове фінансове управління, яке включає комплекс механізмів виходу із банкрутства і усунення неплатоспроможності

Метою дослідження є визначення сутності антикризового фінансового управління підприємством.

Виходячи з того, що питання антикризового фінансового управління є досить нагальним для України, його досліджувало багато вчених. Так, І.О. Бланка дає наступне визначення: «Антикризове фінансове управління — система принципів і методів розробки і реалізації комплексу спеціальних управлінських рішень, направлених на попередження и подолання фінансових криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних фінансових наслідків» [1, с. 427].

Г.О. Партин, Н.Є. Селюченко зазначають, що антикризове фінансове управління — це система управління фінансами, спрямована на виведення підприємства з кризи, в тому числі шляхом проведення санації чи реструктуризації суб'єкта господарювання [2, с. 236].

Антикризове фінансове управління трактується як система прийомів та методів управління фінансами спрямована на попередження фінансової кризи та банкрутства підприємства [3, с. 10].

Антикризове фінансове управління на підприємстві необхідне з низки причин: кризові явища можна передбачати, прискорювати, відсувати,

пом'якшувати; до криз можна і необхідно готуватися; управління в умовах кризи вимагає основних підходів, спеціальних знань, досвіду і мистецтва; кризові процеси до певного моменту можуть бути керованими.

Суть антикризового фінансового управління підприємством полягає в тому, що заходи щодо запобігання кризовій ситуації повинні бути вжиті ще задовго до настання такої ситуації.

Антикризове фінансове управління покликане вирішувати низку завдань, ключовими серед яких є:

- аналіз зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу конкурентних переваг підприємства для вибору стратегії його розвитку на основі прогнозування свого фінансового стану;

- попередня діагностика причин виникнення фінансових кризових ситуацій;

- комплексний аналіз фінансового стану підприємства для встановлення методів його фінансового оздоровлення;

- заходи антикризового фінансового управління і контроль за їх проведенням.

Основною метою антикризового фінансового управління є розробка і реалізація заходів, спрямованих на швидке відновлення платоспроможності та достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, що забезпечить його вихід з кризового фінансового стану [3, с. 12]. З урахуванням цієї мети на підприємстві розробляється спеціальна політика антикризового фінансового управління при загрозі банкрутства. Реалізація політики антикризового фінансового управління підприємством при загрозі банкрутства передбачає:

1. Здійснення постійного моніторингу фінансового стану підприємства з метою раннього виявлення ознак його кризового розвитку.

2. Визначення масштабів кризового стану підприємства.

3. Дослідження основних чинників, які характеризують кризовий розвиток підприємства

4. Формування системи цілей виходу підприємства з кризового стану,

адекватних його масштабам.

5. Вибір і використання дієвих внутрішніх механізмів фінансової стабілізації підприємства, які відповідають масштабам його кризового фінансового стану.

6. Вибір ефективних форм санації підприємства.

7. Забезпечення контролю за результатами розроблених заходів щодо виведення підприємства з фінансової кризи [4, с. 153].

Таким чином, можна зробити висновок, що антикризове фінансове управління підприємством – це система заходів щодо управління фінансами, спрямована на запобігання та подолання кризових явищ у процесах функціонування й розвитку підприємства.

Список джерел:

1. **Бланк І.А.** Фінансовий менеджмент: навч. посібн — К.: Ніка — Центр: Ельга, 2000. — 528 с.
2. **Партин Г.О., Селюченко Н.Є.** Фінансовий менеджмент. Львів: Вид-во НУ "ЛП", 2010. — 332 с.
3. **Салига О. М.** Антикризове фінансове управління підприємством: Підручник. – К.: КНЕУ, 2005. – 386 с.
4. **Шапурова О. О.** Політика антикризового управління при загрозі банкрутства / Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 147-154.

Бібліографія: САЄНКО Л.В., ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ Л.М. Антикризове фінансове управління підприємством / Л.В. САЄНКО, Л.М. ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 31-33

СТАДНІЧЕНКО І.А., магістрант, ПУЕТ

ЧАЙКА І.П., канд. екон. наук, доцент, ПУЕТ

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління ризиками являє собою специфічний, відокремлений управлінський процес, який відіграє допоміжну роль в системі управління підприємством. Він набуває особливо великого значення в нестабільній економіці, тому ігнорування або несистемна реалізація функцій управління ризиками негативно впливає на результати діяльності всього підприємства.

На думку Т.М. Борисової, «управління ризиком – це специфічна сфера менеджменту, що передбачає використання різноманітних підходів, процесів, заходів, які покликані забезпечити максимально широкий діапазон охоплення можливих ризиків підприємства, їх оцінку, а також формування, реалізацію та контроль заходів щодо оптимізації рівня ризиків для досягнення цілей підприємства» [1, с. 116].

Обґрунтовуючи зміст процесу управління ризиками М. Гранатуров [2, с. 7], ототожнює його із певним механізмом та характеризує механізм управління ризиком як сукупність методів, прийомів, заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикованих подій і вживати заходів щодо виключення або зниження негативних наслідків їх настання.

Метою управління ризиками є запобігання проблем або негативних явищ за допомогою ефективного кризового управління а також недопущення виникнення додаткових витрат на підприємстві.

Головними завданнями управління ризиками є [3, с.116]:

- виявлення областей підвищеного ризику;
- оцінка ступеня ризику;
- аналіз прийнятності даного рівня ризику для підприємця;
- розробка у разі потреби заходів для попередження чи зниження ризику;

- у випадку, коли ризикова подія відбулася, визначення заходів до максимально можливого відшкодування заподіяного збитку.

Виходячи зі значимості процесу управління ризиками, визначимо послідовність етапів цього процесу:

1. Інформаційно-аналітичний етап - дає можливість оцінити виникнення всієї сукупності ризиків у незалежності від того, чи зможе апарат управління чи не зможе впливати на них у випадку реалізації.

2. Етап ідентифікації - встановлюються всі параметри можливих ризиків з урахуванням специфіки управлінської діяльності і напрямків діяльності фірми.

3. Етап комплексного аналізу - робиться повний аналіз ризику з розрахунком його рівня і ступеня впливу на діяльність фірми. Зважається питання про доцільність заняття передбачуваним напрямком діяльності при наявності інформації про вже ідентифіковані ризики. Можна відмовитися від ризику, якщо він не задовольняє стратегію фірми.

4. Зниження ступеня ризику - планування дій. Йде пошук шляхів своєчасного і якісного захисту від ризику і розробка конкретного механізму їхньої реалізації. Планування дій, як для профілактики, так і на випадок реалізації ризику.

5. Контроль можливої ситуації - п'ятий етап. Зробивши усе вищевикладене, необхідно контролювати обстановку, щоб на відповідній стадії виникнення ризику правильно відреагувати.

6. Реалізація програми дій при виникненні ризику - йде реалізація плану дій.

7. Аналіз, узагальнення, висновки і пропозиції на перспективу - останній етап. Негативні і позитивні дії формують минулий досвід з метою обліку в подальшій діяльності. Цим визначається ефективність надалі.

Управління ризиками - це можливість економічної діяльності, використовувати різноманітні підходи, процеси, заходи, що дозволяють деякою мірою прогнозувати настання ризикованої події, ситуації, і за рахунок

управлінської взаємодії домагатися зниження його ступеня впливу.

За сучасних умов практичне застосування знайшли чотири основні групи методів управління ризиками:

1. Ухилення від ризику, що передбачає повне виключення можливості матеріалізації ризику (відмову від ризикованих дій, уникнення впливу негативних подій, відмова від ненадійних контактів тощо). Такий спосіб впливу на ризики є найпростішим і найпоширенішим в практиці господарювання, однак він не дозволяє максимізувати вигоду, або є відмовою від прибутку загалом.

2. Передача ризику передбачає передавання наслідків матеріалізації ризику та відповідальності третій стороні (аутсорсинг ризиків, надання гарантій, страхування, хеджування ризиків тощо).

3. Зниження ризику – зниження ймовірності матеріалізації та негативних наслідків від настання потенційних подій (зменшення розмірів збитків, зниження частоти негативних наслідків, диференціація ризиків тощо).

4. Прийняття ризиків передбачає формування резервів на випадок негативних наслідків.

Отже, для підвищення ефективності діяльності підприємства необхідно впроваджувати системи управління ризиками, що дасть змогу визначати причини їх виникнення, вибрати комплекс заходів для мінімізації впливу ризиків або їх нейтралізації.

Список джерел:

1. **Борисова Т.М.** Теоретичні аспекти управління ризиком на підприємстві. Актуальні проблеми економіки. 2005. № 7. С. 116–121.
2. **Гранатуров В. М., Литовченко І. В., Харічков С. К.** Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісні оцінки : монографія. Одеса : Ін-т проблем ринку та екон.-екол. досліджень НАН України, 2003. 164 с.
3. **Клименко С. М., Дуброва О. С.** Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. – 252 с.

Бібліографія: СТАДНІЧЕНКО І.А., ЧАЙКА І.П. Управління ризиками в діяльності підприємства / І.А. СТАДНІЧЕНКО, І.П. ЧАЙКА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 34-36

ШИРИКАЛОВА І.Ю., магістрантка, кафедра менеджменту, Одеський національний економічний університет

БАЛАБАШ О.С., к.е.н., доцент, кафедра менеджменту, Одеський національний економічний університет

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Конкуренція є механізмом, який виконує відбіркові функції. Всі зміни визначаються ринком, зовнішнім середовищем, в якому конкуренти прагнуть відібрати один у одного існуючі ресурси або створити нові. У ринковій системі основним змістом конкуренції є боротьба за споживача. Конкуренція виступає потужним стимулом економічного росту. Тобто виживе той, хто зможе застосувати найкращі технології, ефективніше захоплювати та використовувати ресурси, створювати найкращий продукт.

Для ефективної роботи в ринковому середовищі кожному необхідно активно формувати власну стратегію конкурентоспроможності. Розробці конкурентної стратегії присвячено велику кількість досліджень, серед яких найбільш відомі наукові праці Ф. Котлера, М. Портера, М. Саєнко, А. Стрікленд, А. Томсон, А. Юданова та ін. Але, незважаючи на значну кількість робіт, присвячених цій проблемі, існують певні розбіжності в розумінні категорії, що призводить до багатоваріантності визначень, відносність, а також відмінність підходів до оцінки та аналізу конкурентоспроможності на різних її рівнях.

Саме стратегія визначає напрямок діяльності компанії: зростання, стабілізація, скорочення або комбінація варіантів; рішення про конкретні товари та ринки для спрямування фінансових і трудових ресурсів, визначення виду конкурентної переваги. Так, з точки зору А. Томсона і А. Стрікленда конкурентна стратегія компанії включає бізнес-підхід та ініціативи, які вона використовує для залучення клієнтів, конкуренції та зміцнення своє становище

на ринку [5, с. 14].

Таблиця 1

Автор	Визначення
Т.Хміль, С.Василик	низка підходів і напрямів, що розробляються керівництвом з метою досягнення найкращих показників роботи в одній конкретній сфері діяльності
Є.Горбашко	визначає конкурентну стратегію як загальну модель дій та сукупності правил, якими має керуватися підприємство під час прийняття рішень для досягнення і довгострокової підтримки конкурентоспроможності
А.Філатов	стратегія підприємства у визначеній сфері діяльності, тобто в конкретній галузі або на конкретному ринку
Н.Треньов	стратегія конкурентної боротьби за кожним складником портфелю бізнесів у різних видах діяльності
О.Нефедова	спосіб довгострокової поведінки підприємства в умовах конкуренції задля збереження досягнутого рівня конкурентоспроможності чи його підвищення
В.Луєв	концепція та підпорядкована система дій підприємства, які спрямовані на досягнення її кінцевих цілей
М.Книш	план дії підприємства, спрямований на досягнення успіху у конкурентній боротьбі, що передбачає реалізацію наступальних або оборонних дій для подолання п'яти сил конкуренції
Н.Куденко	різновид стратегій організації, що дає відповідь на одне з найважливіших питань: як організація конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі
А.Іванов, Є.Хрустальов	пошук сприятливого становища в галузі або на ринку, іншими словами, там, де відбувається конкурентна боротьба. Конкурентна стратегія має на меті забезпечити організації таке положення, яке дає їй змогу отримувати прибуток на довгостроковій основі, незважаючи на протидію різних сил
І.Ансофф	стратегія, що концентрується на діях та підходах, які пов'язанні з управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні)
Г.Азоєв	план дій організації, спрямований на досягнення успіху в конкурентній боротьбі на певному ринку

Але стратегію можна розглядати як детально розгорнутий комплексний план, спрямований на реалізацію місії та досягнення цілей компанії з максимальною ефективністю. Основним завданням такого плану є забезпечення інновацій і змін в організації відповідно до змін зовнішнього середовища. Справжня стратегія організації складається не тільки з спрямованих (спланованих) дій, а й з реагування на непередбачені обставини. Вона необхідна, тому що майбутнє здебільшого непередбачуване, немає

абсолютної впевненості щодо майбутнього [6 с.41]. Сучасні темпи змін у зовнішньому середовищі, збільшення обсягів знань та інформаційних потоків настільки великі, що стратегічне планування є єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем та можливостей. Судячи з результатів дослідження, саме ті організації, які існують тривалий час, найшвидше реагують на зміни зовнішніх факторів.

Зазначимо, що фахівці М. Книш, В. Лунев, Л. Балабанова, визначають конкурентну стратегію як концепцію та підпорядковану їй систему дій підприємства, направлених на досягнення його кінцевих цілей. Недоліком даного підходу є надто широке трактування конкурентної стратегії, ототожнення її із загальною чи корпоративною стратегією підприємства. Розглянемо у табл. 1 класифікацію визначення терміну «конкурентна стратегія» за виборюванням рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, за своєю суттю сформульована стратегія є набором правил прийняття рішень, якими підприємство керується у своїй діяльності, тобто стратегію можна вважати «парасолькою», під якою ховаються всі функції управління.

В умовах конкурентного ринку до будь-якого підприємства є питання забезпечення конкурентоспроможності вважаються особливо актуальними. У цьому розробка конкурентної стратегії є невід'ємною частиною ситуації та елементом процесу стратегічного управління підприємством. Успіх підприємства забезпечується продуманою стратегією та високою якістю її реалізації. Сформульована стратегія сама по собі не гарантує успіху. Як літак з чудовою конструкцією двигуна не зможе літати, якщо його заправляти паливом низької якості, так і підприємство, що розробляє стратегію розвитку, може зазнати краху через помилки в інших функціях управління (організація, мотивація, контроль тощо) та/або неефективні дії. Для досягнення запланованих результатів потрібна правильна стратегія та її вмiла реалізація через ефективні дії. Можна розробити сильну стратегію, але не реалізувати її, або успішно реалізувати посередню стратегію. В обох випадках підприємство

не використовує всі наявні можливості. Шлях до успіху — це блискуче виконана геніальна стратегія. Визначальними елементами стратегії є рішення щодо розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та створення довгострокових конкурентних переваг.

Список літератури:

1. **Полюхович М.В.** Конкурентна стратегія розвитку підприємства як сучасний ефективний інструмент менеджменту. *Modern economics*. 2019. № 18. С. 138-144
2. Прийняття управлінських рішень: методи та моделі: моногр. / Кузнецова І.О., Балабаш О.С., Карпенко Ю.В., Сокурєнко І.А.; за заг. ред. І.О. Кузнецової. Харків: Діса плюс, 2022. 147 с.
3. **Перєва І.О.** Стратегічне управління підприємством як основний інструмент в руках сучасного керівника. *Innovation and Sustainability*. 2022. Iss. 3. С. 159-164.
4. Прийняття управлінських рішень: методи та моделі: моногр. / Кузнецова І.О., Балабаш О.С., Карпенко Ю.В., Сокурєнко І. А.; за заг. ред. І.О. Кузнецової. Харків: Діса плюс, 2022. 147 с.
5. **Сорока Л.М.** Стратегічне управління проектами. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. № 5(2). С. 14-17.
6. **Верига В.Л.** Стратегічне управління людськими ресурсами в умовах змін. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2020. № 4. С. 40-46
7. Прийняття управлінських рішень: методи та моделі: моногр. / Кузнецова І.О., Балабаш О.С., Карпенко Ю.В., Сокурєнко І. А.; за заг. ред. І.О. Кузнецової. Харків: Діса плюс, 2022. 148 с.

Бібліографія: ШИРИКАЛОВА І.Ю., БАЛАБАШ О.С. Поняття та сутність конкурентної стратегії організації / І.Ю. ШИРИКАЛОВА, О.С. БАЛАБАШ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 37-40

ГУЦАН О.М., к.е.н., доц., НТУ «ХП»

КОСМІН О.Ю., магістрант, НТУ «ХП»

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

У сучасних умовах підприємства шукають усі можливі способи для зростання доходу та досягнення поставлених цілей розвитку в умовах ринкової економіки і великої конкуренції. Присутність кваліфікованого та мотивованого персоналу є одним з найбільш важливих чинників ефективної діяльності сучасних компаній. Персоналу організації потрібно організувати свою діяльність таким чином, щоб їх результати праці сприяли підвищенню доходу підприємства. Недостатня зацікавленість персоналу в результатах власної праці може призвести до зниження фінансово-економічних показників організації і, як наслідок, втрати позицій на ринку, тому успіх компаній залежить не лише від ефективного менеджменту, а й від мотивації персоналу. Тому дослідження теоретичних основ організації ефективної мотивації персоналу є досить актуальними для детального вивчення.

У забезпеченні ефективного управління персоналом основну роль відіграють методи мотивації, як сукупність способів і прийомів зі стимулювання працівників для досягнення цілей підприємства. Вони діють на основі узгодження їх цілей та цілей підприємства шляхом регулярного дослідження мотивів праці та передбачають використання різних прийомів впливу на персонал для активізації його діяльності [1].

Наразі є велика кількість методів мотивації, які дозволяють сформувати ефективну систему мотивації. Найбільш розповсюджені методи мотивації з погляду вітчизняних науковців систематизовані та наведені в табл. 1.

Незважаючи на певну подібність у класифікації методів мотивації є певні авторські відмінності.

Так, Якубів В.М. та Полюк М.І. запропонували більш комплексну систему класифікації видів мотивації працівників, додавши такі види

класифікації, як: стійкість результатів мотиваційної діяльності, персональний підхід, відкритість мотиваційного процесу, рівень усвідомлення працівником та тривалістю стану вмотивованості людини.

Таблиця 1 – Класифікація методів мотивації

Автор	Класифікація методів мотивації
Ярмош В.В. [2]	<ul style="list-style-type: none"> - економічні: прямі та непрямі; - моральні.
Якубів В.М., Полюк М.І. [3]	<ul style="list-style-type: none"> - за характером стимулів: позитивна чи негативна; - за стійкістю результатів мотиваційної діяльності: стійка та нестійка; - за персональним підходом: індивідуальна та групова; - за видом винагороди: матеріальна та нематеріальна; - за відкритістю мотиваційного процесу: відкрита та прихована; - за рівнем усвідомлення працівником: усвідомлювана та неусвідомлювана; - за тривалістю стану вмотивованості людини: постійна чи тимчасова; - за видами стимулів: внутрішня; зовнішня - за спрямованістю на результат; пряма та непрям.
Оксенюк К.І. [4]	<ul style="list-style-type: none"> - за способом впливу: примушення, нагородження, солідарності; - за економічним змістом: матеріальна, нематеріальна; - за місцем виникнення: внутрішня, зовнішня; - за спрямованістю: позитивна, негативна; - за функціональним призначенням: економічна, організаційна, соціальна, морально-психологічна; - за суб'єктом: самомотивація, стороння мотивація.
Фоміна В. [5]	<ul style="list-style-type: none"> - прямі економічні методи (відрядна оплата, погодинна оплата, премії за раціоналізацію, участь у прибутках, оплата навчання, виплати за максимальне використання часу); - непрямі економічні (пільгове харчування, доплати за стаж роботи, пільгове користування житлом або транспортом тощо) ; - соціальні або негрошові методи (збагачення праці, гнучкі робочі графіки, охорона праці, просування у службовій діяльності, участь у прийнятті рішень на більш високому рівні та ін.);

Систематизуючи методи мотивації, слід зауважити, що прослідковується певна тенденція, яку можна узагальнити та виділити основні групи методів мотивації: 1) методи матеріального і нематеріального стимулювання, у

першому випадку заохочення працівників завжди передбачає фінансові витрати, які можуть приймати різну форму, у другому – підприємство не несе витрати на мотивацію працівників, або вони незначні; 2) організаційно-адміністративні методи, які базуються на підпорядкуванні закону, правопорядку, старшому за посадою тощо; 3) соціально-психологічні методи, за допомогою яких впливають переважно на свідомість працівників і здійснюють соціальне стимулювання трудової діяльності.

Необхідно зазначити, що персонал є основною рушійною силою і, одночасно в повсякденному житті, виступає як особистість, як член колективу та суспільства загалом, його поведінка відображає складний баланс мотивів, і в різні моменти, за різних обставин і ситуацій визначальними можуть бути і суто економічні, і соціальні, і суто психологічні мотиви. Саме тому, мотивація повинна базуватись на урахуванні взаємозв'язку між сукупністю організаційних, економічних, соціально-психологічних та інших аспектів.

Список літератури:

1. **Колот А.М.** Мотивація персоналу: підруч. / А.М. Колот. К.: КНЕУ, 2002. 337 с.;
2. **Ярмош В. В.** Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу / В. В. Ярмош // *Економічний аналіз*. - 2014. - Т. 15, № 3. - С. 263-268. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/scan_2014_15\(3\)_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/scan_2014_15(3)_38).
3. **Якубів В.М.,** Полюк М. І. Класифікація методів мотивації персоналу в системі управління організаціями // *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Економіка. - 2018. - № 13. - С. 191-196.
4. **Оксеюк, К.І.** (2022). ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ. *Економіка та суспільство*, (45). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-59>
5. **Фоміна В.** Мотивація працівників виробничої сфери / В. Фоміна // *Управління розвитком*. – № 4. – 2013. – С. 19-20.

Бібліографія: Гуцан О.М., Космін О.Ю. Класифікація методів мотивації персоналу / **О.М. Гуцан, О.Ю. Космін** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 41-43

SHMATKO N., Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Management, NTU «KhPI»

TSIUPRYK V., graduate student, Department of Management, NTU «KhPI»

METHODS TO KEEP UP MOTIVATION AND STIMULATION TO CONTINUOUS LEARNING AND DEVELOPMENT OF THE IT COMPANY'S STAFF

Currently, the IT industry continues to be a bastion of innovation, constantly evolving to meet the diverse needs of businesses, consumers, and the global economy. It is characterized by rapid developments and continuous evolution. Driven by continuous innovation and development, IT industry is shaping the future of how we live, work, and communicate. Major IT companies play a pivotal role in this evolution, influencing economic trends, social interactions, and global connectivity. For aspiring professionals and businesses alike, staying abreast of trends, adopting a forward-thinking approach, and fostering a culture of continuous learning will be imperative to thrive in the world molded by information technology.

Thus, for IT companies it is crucial to keep up motivation in learning for its employees due to a number of factors. The most important of them:

- Rapid Technological Advancements.
- Skill Gap and Talent Shortage.
- Employee Retention.
- Innovation and Creativity.
- Company Culture and Employer Branding.
- Remote Work and Distributed Teams.

There are different types of motivation based on the different reasons or goals that give rise to an action. The most basic distinction is between intrinsic motivation, which refers to doing something because it is inherently interesting or enjoyable, and extrinsic motivation, which refers to doing something because it leads to a separable outcome.

Intrinsic motivation is defined as the doing of an activity for its inherent satisfactions rather than for some separable consequence. When intrinsically motivated a person is moved to act for the fun or challenge entailed rather than because of external prods, pressures, or rewards (1).

Extrinsic motivation for learning is less applicable for employees of the company, because, except learning, they have working tasks to do, which, mostly, rely on extrinsic motivation (employees perform working tasks because of the agreement with a company to do so, otherwise they'll be fired). And, if it's applied for learning as well, the outcome will be very low.

Thus, intrinsic motivation is a main should be considered. This type of motivation is also associated with higher levels of engagement, better learning, more creativity, and greater psychological well-being. Given that IT industry has the second-highest remote workers – 10% (after healthcare with 15%) (2), and 77% of respondents chose remote work as the second-highest compensation and benefit that was important to them (3). It is clear that some digital tool needs to be introduced in order to increase learning motivation of all employees across the company. At the same time most IT companies already have different kinds of training programs, for employee's learning. But trainings is the most common type of learning and because of this and because it requires some significant amount of time to complete (from a few hours to a few weeks), it, generally, has very little motivation to be chosen by employee. As a result, trainings existence are necessary, but there also should be additional motivation to pick up and complete some training or new initiative.

To overcome this problem, the new “Segments” system is suggested. It encourages employees to self-develop and improve their skills. Segments are divided into subtypes: technological, domain, horizontal.

Technology segments unite employees within same general area of expertise that can be applied across all industries and domains. Domain segments are for experts within Lines of Business who support domain-specific offerings. Horizontal segments unite employees with niche skills and knowledge.

Each Segment has its own events, meetings, training recommendations,

weekly tasks for completion of which, virtual points can be received. Employee also can become an active participant – write articles, organize meetings and events.

Segments will give new ways to develop employee's career. Through segments, everyone will have tailored learning paths, abilities to discover and share something new, defined career progression, and robust communities in which to share expertise and engage in social learning so as to become a subject matter expert in their own right.

The suggested system can provide additional interest and motivation to learn and share new things, approaches and technologies across the organization.

References:

1. **R.M. Ryan, E.L. Deci**, "Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions", Contemporary educational psychology, (2000).
2. State of Remote Work 2019 – Owl Labs. URL: <https://resources.owlabs.com/state-of-remote-work/2019>.
3. Remote and Flexible Work Are Key Factors in Compensation Packages – FlexJobs. URL: <https://www.flexjobs.com/blog/post/remote-work-flexible-schedules-key-factors-compensation-packages/>.

Бібліографія: SHMATKO N., TSIUPRYK V. Methods to keep up motivation and stimulation to continuous learning and development of the it company's staff / N. SHMATKO, V. TSIUPRYK // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 44-46

ГУЦАН О.М., к.е.н., доц., НТУ «ХПІ»

КОСМІН О.Ю., магістрант, НТУ «ХПІ»

МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ДИСБАЛАНСУ ЗУСИЛЬ ТА ВИНАГОРОД ДЛЯ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ МОТИВАЦІЇ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

Мотивація працівників фінансової сфери нерозривно пов'язана з соціально-психологічним кліматом в колективі. Для працівників зазначеної сфери характерні високі психологічні навантаження, які виражаються в підвищенні тривожності, емоційній виснаженості, проблемою зі сном. Тому, керівництво фінансових установ повинно приділяти увагу створенню умов робочого середовища, що надають змогу досягти балансу між інтенсивністю праці та рівнем стресу в колективі. Це обґрунтовується тим, що робота в дружньому та згуртованому колективі якісно впливає на задоволеність працею та збільшує продуктивність праці працівників.

Застосування моделі дисбалансу зусиль і винагороди ERI (Effort-Reward-Imbalance), яка була запропонована Й. Сієґрістом [15; 16] дозволяє наглядно пояснити поведінку працівника, щодо справедливості і співвідношення зусиль працівника та його винагороди. Вона показує, що дисбаланс між зусиллями робітника і винагородою від роботи порушує взаємність обміну і призводить до негативних наслідків для фізичного і психологічного здоров'я працівника. У трудовій угоді роботодавець надає працівнику кілька базових видів винагород, працівник, зі свого боку, обмінює свою працю на винагороду, отриману від роботодавця. Важливо зазначити, що у трудових угодах можуть і не вказуються детально зусилля і нагороди, водночас існують певні очікування рівності обміну у обох суб'єктів.

Необхідно зазначити, що в процесі обміну може виникнути невідповідність очікувань – тобто порушення принципу взаємності. Працівник може знижувати зусилля, якщо вважає, що винагорода менша від затрачених

зусиль. Якщо ж винагорода вища, то він може переглянути робочі взаємини, своє сприйняття умов обміну та оцінити умови угоди так, аби звести до рівності зусилля і винагорода.

Модель ERI складається з трьох компонентів: зусилля, винагорода і «надмірна мотивація». Зусилля оцінюються за такими параметрами, як обмеження в часі на виконання роботи, високий ступінь відповідальності, розумове чи фізичне навантаження, загальне зростання вимог до виконання функціональних обов'язків. Винагорода враховує оплату праці, визнання на роботі, перспективи кар'єрного зростання і гарантії зайнятості та безпеки. «Надмірна мотивація», у відповідності до моделі - це внутрішня мотивація, що спонукає людину брати більше зобов'язань, ніж вимагається для виконання функціональних обов'язків [3].

На рисунку 1 представлений графічний опис моделі дисбалансу зусиль і винагорода. Згідно опису моделі ERI, може існувати два типи дисбалансу між зусиллями і винагородою: високий рівень зусиль - низький рівень винагорода; низький рівень зусиль - високий рівень винагорода.

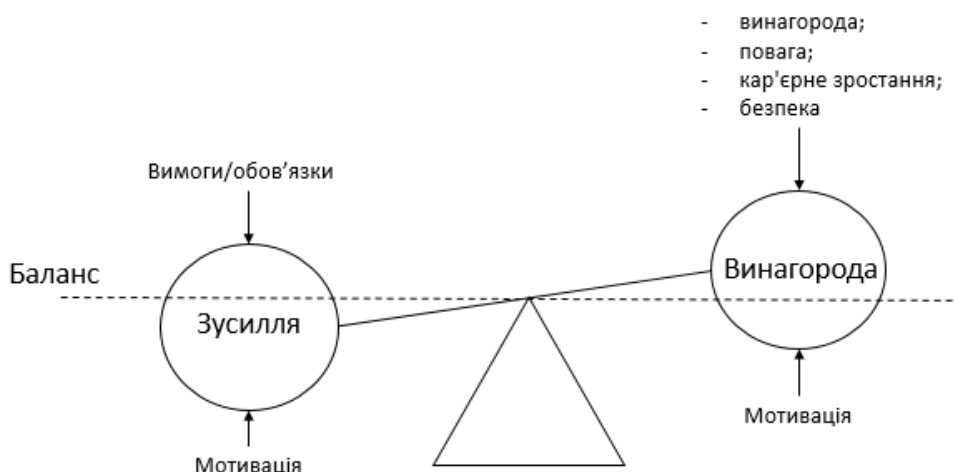


Рисунок 1 – Графічний опис моделі дисбалансу зусиль і винагорода [2]

Дисбаланс між великими зусиллями і низькою нагородою збільшує стрес працівника. Такий вид дисбалансу притаманний для певних умов, коли у

працівника немає альтернативного вибору на ринку праці. Особливо обмежений вибір спостерігається у кризових умовах, коли різко знижується попит на робочу силу. У таких умовах працівники готові укласти нерівні угоди з роботодавцем заради збереження робочого місця. Також працівники приймають не вигідні для себе умови високих витрат і низької оплати праці в умовах, коли вони прагнуть підвищити свої шанси в кар'єрному і професійному зростанні або набуття певного досвіду. Подібні «невигідні» трудові контракти здебільшого можуть спостерігатися на ранньому етапі кар'єри. У результаті виникає дисбаланс між зусиллями і винагородою, працівник перебуває у стресовому стані, що негативно відображається на його психофізіологічному та виробничому стані.

Також, з рис.1 спостерігаємо іншу ситуацію, коли дисбаланс між низькими зусиллями і високою нагородою на пряму впливає на продуктивність праці працівника. Особливо, це притаманно, як раз фінансовим установам, де заробітна плата вважається однією із найбільших на ринку праці в Україні. Але розмір не завжди відповідає результатам праці та низькі вимоги і низький рівень контролю роботи призводять до пасивності працівника. Тому так і важливо це враховувати та розробляти та впроваджувати систему мотивації та оцінку ефективності кожного працівника на своєму робочому місці для змоги нівелювати дисбаланс та забезпечення максимальної віддачі.

У зв'язку з активним використанням фінансових інструментів суспільством, роль фінансових установ в нашому повсякденному житті неплинне зростає, а це означає, що вимоги до працівників цієї сфери і надалі зростатимуть. Найбільш перспективним інструментом регулювання балансу зусиль і винагороди в таких умовах є поліпшення показників винагороди: оплати праці, визнання заслуг, гарантія працевлаштування, перспективи кар'єрного зростання. Модель ERI може використовуватися для визначення рівня збалансованості очікувань працівника і роботодавця в межах трудової угоди для забезпечення доброго здоров'я і благополуччя людини на робочому місці.

Список літератури:

1. **Siegrist J.** Adverse health effects of high effort/low-reward conditions. *Journal of Occupational Psychology*. 1996. Vol. 1. P. 27—41.
2. **Siegrist J.** A theoretical model in the context of economic globalization. *Work Stress and Health in a Globalized Economy. The Model of Effort-Reward Imbalance*. Cham, Switzerland : Springer International Publishing AG, 2016.
3. **Федоренко А.В.** Умови робочого середовища і дисбаланс зусиль-винагороди працівників фінансових установ / А. В. Федоренко // *Вісник Університету банківської справи*. - 2021. - № 1. - С. 58–65. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VUbsNbU_2021_1_10

Бібліографія: Гуцан О.М., Космін О.Ю. Можливості застосування моделі дисбалансу зусиль та винагород для побудови ефективних систем мотивації фінансових установ / **О.М. Гуцан, О.Ю. Космін** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 47-50

ГУЦАН О.М., к. е. н., доцент, кафедра ЕБ і МEB, НТУ «ХПІ»

КОРОТКА А.О., магістрантка, кафедра ЕБ і МEB, НТУ «ХПІ»

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ОПЛАТИ ПРАЦІ

В сучасних умовах значну увагу привертає проблема неналежного рівня заробітної плати та недосконалість системи її оплати. Тобто, наразі, питання стосовно надання заробітної плати є найбільш вагомим в сфері економіки. В процесі розвитку економічної сфери, оплата праці залишається найвагомим методом підвищення рівня ефективності працівників та значним мотиваційним елементом трудової діяльності. Система оплати праці здійснює вплив як на ефективність трудової організації, так і на добробут населення.

За кордоном роботодавці встановлюють методи стимулювання працівників самостійно і використовують різні форми та системи оплати праці, включаючи преміювання, надбавки та інші. Умови оплати праці визначаються у місцевих нормативних актах.

В цілому, в розвинених країнах спостерігається поєднання двох тенденцій у формуванні заробітної плати: з одного боку, подібні методи та показники визначення заробітної плати на основі широкої автономії роботодавців, а з іншого боку, – національні особливості.

Системи оплати праці, які використовуються через оцінку критеріїв роботи, опосередковано впливають на економіку країни. Вибираючи певну систему організації, можна вплинути на: розвиток підприємницьких якостей персоналу (як у США), підвищення якості продукції (в Німеччині), підвищення професійної підготовки та кваліфікації персоналу (в Японії).

Загалом, заходи в Європі через системи оплати праці надають перевагу конкуренції для відбору найбільш здатних співробітників, тоді як в країнах Сходу вибирають менш агресивні моделі, спрямовані на встановлення гармонії між працівником і роботодавцем.

Таким чином, розвиток системи заробітної плати в конкретній країні

пов'язаний з її культурними та соціальними особливостями. У той же час формуються системи значно впливають на розвиток фірм всередині країни та, відповідно, на її ВВП.

У сучасних закордонних організаціях, нарівні з традиційними формами та системами оплати праці, поширені системи індивідуалізації заробітної плати, які загалом отримали назву «плата за виконання» – Pay for Performance (PFP). Такі системи пов'язують розмір заробітної плати конкретного працівника з оцінкою його заслуг.

У літературі існує опис багатьох таких систем, таких як система оплати з урахуванням підвищення кваліфікації, система Хелсі, система Тейлора, система Мерики, система Роурена та інші. Політика індивідуалізації заробітної плати дозволяє більше враховувати як індивідуальні результати праці, так і особисті бізнес-якості, включаючи кваліфікацію, відповідальність, творчу ініціативу, швидкість, точність та якість роботи [29].

Гнучкі системи оплати праці можуть застосовуватися як до всіх працівників організації, так і до окремих їх категорій або підрозділів. Вони можуть впливати на основну частину заробітку (за тарифними ставками та сдельними розцінками) або на додатковий дохід: системи преміювання, програми розподілу прибутку, програми опціонів на покупку акцій.

Світовий досвід показує, що існує безліч різних форм і систем оплати праці, і постійно відбувається їх розвиток і пошук нових. Застосування різних форм і систем оплати праці сприяє створенню інтересу серед персоналу в підвищенні свого кваліфікаційного і професійного рівня, поліпшенні результатів як їхньої праці, так і діяльності всього колективу в цілому, що сприяє економічному розвитку організацій. Досвід розвинених країн можна використовувати і на вітчизняних підприємствах, з урахуванням при цьому національних особливостей і досвіду. Це сприятиме появі нових форм і систем оплати праці.

Бібліографія: ГУЦАН О.М., КОРОТКА А.О. Закордонний досвід оплати праці / О.М. ГУЦАН, А.О. КОРОТКА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та

міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 51-53

ДІАГНОСТИКА МОТИВАЦІЙНОГО ПРОФІЛЮ ПРАЦІВНИКІВ: БАЗОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ

Ефективне існування підприємства у сучасних економічних умовах є складним і багатограним процесом. Діяльність адміністрації підприємства з адміністрування та якісного управління, а особливо, в мінливих умовах сьогодення потребує значних зусиль, оперативної інформації в достатньому для прийняття рішення обсязі. Необхідно зазначити, що одним з найцінніших ресурсів підприємства, у відповідності до сучасних підходів, вважається персонал. Саме працівники на основі застосування своїх компетенцій, і у відповідності до адміністративної ієрархії, приймають відповідні рішення, перетворюють вхідні ресурси на кінцевий продукт, втілюють у життя управлінські рішення. Отже, знання про персонал та його настанови можуть значно покращити управлінські процеси. Як наслідок - знання структури мотиваційного профілю працівника дозволить формувати більш ефективну політику управління персоналом і стимулювання і швидше досягати поставлених цілей. Виходячи з вище зазаного розуміння основних інструментів формування є актуальною науковою задачею та потребує додаткового дослідження.

У відповідності до досліджень виконаних в [1-2] основними інструментами, які застосовуються для формування інформативного мотиваційного профілю у сучасних умовах вважаються:

- 1) аналіз біографічних даних;
- 2) тестування;
- 3) анкетування;
- 4) інтерв'ю та управлінське спілкування.

Аналіз біографічних даних можна вважати потужним джерелом загальних інформаційних даних щодо суб'єкта дослідження – як конкретного працівника

так і групи працівників в цілому. Джерелом таких даних можуть слугувати первинні кадрові облікові документи HR підрозділу, характеристики працівника, рекомендації, дані щодо оцінки персоналу, копії відповідних документів працівника, тощо. Вивчення та подальший аналіз біографічних та відповідних документів дозволяє досліднику сформувати формальну та загальну картину щодо працівника за різними якісними характеристиками. Серед основних параметрів вивчення можливо виділити наступні: вікові характеристики, стать, сімейне положення, освіта, тощо. Зрозумілим є і той акт, що в залежності від приналежності тієї чи іншої якісної характеристики (групи) у людині будуть переважати певні соціальні настанови, схеми поведінки, а, відповідно і відповідно і певні типові мотиваційні важелі та стимули. Серед переваг можна зазначити відносно не високу вартість та простота отримання та обробки даних, серед недоліків можливо виокремити такі як неврахування змін що відбулися, формалізм обробки та обмеженість даних, не врахування індивідуальних особливостей, тощо.

Наступні інструменти – це тестування та анкетування. На думку викладеною Колотом А.М ці інструменти хоча і слугують одній меті, але мають певну різницю у своєму змістовному наповненні. Так, під тестуванням розуміється певний прикладний метод досліджень, який базується здебільшого на застосуванні ситуаційних прав, завдань до виконання, на відміну від анкетування в рамках якого, здебільшого, орієнтуються на застосування запитань різної етимології для отримання інформації щодо мети дослідження [1-2]. В практичному застосуванні, звісно, можуть застосовуватися як окремі інструменти так і певній комбінації. Серед основних переваг застосування цих методів діагностики можливо віднести наступні: відносно не високі витрати на застосування (як фінансові так і часові), можливість отримання даних як персоналізовано так анонімно, можливість отримання первинних даних від широкого кола респондентів, можливість статистичної обробки даних, простіша побудова групового профілю, тощо. При застосуванні персоналізованого підходу дослідники необхідно запобігати отриманню

«соціально очікуваних відповідей», що може спотворити реальний мотиваційний профіль.

Інтерв'ю та управлінське спілкування. Інтерв'ю також можливо віднести до одного з провідних інструментів діагностування мотиваційного профілю. Відмінністю від анкетування є той факт, що інтерв'ю базується на індивідуальному спілкуванні опитувача з респондентом. Інтерв'ювання не відкидає можливості застосування як елементів тестування так і анкетування (тобто можуть бути застосовані, здебільшого, система запитань так і певні змодельовані ситуації та вправи. До переваг можливо віднести можливість отримання всеохоплюючої персональної інформації щодо суб'єкта. До обмежень застосування можливо віднести більші часові та фінансові витрати на застосування цього інструмента, і, як наслідок, логічним є його обмежене застосування (наприклад, для окремих категорій працівників або ключових працівників підрозділу, тощо).

Необхідно зазначити, що для прикладного застосування на підприємстві щодо діагностування та побудови мотиваційного профілю співробітників може застосовуватися кожний інструмент окремо так і певній їх комбінації в залежності від поставленої мети, виділених часових і фінансових можливостей так і прикладних знань фахівця який їх застосовую.

Зрозумілим є і той факт, що окрім наведених методів діагностики, для провадження більш ефективної мотиваційної політики у сучасних умовах, необхідно застосовувати накопичений науковий, методичний, практичний, організаційний спектр мотиваційного інструментарію. Окремі підходи та технології досліджувалися автором більш детально в [3-10].

Глибоке вивчення фахівцями підприємства особливостей щодо застосування інструментів діагностики мотиваційного профілю працівників дозволить підвищити як ефективність мотиваційної політики підприємства, так і економічної діяльності підприємства в цілому. Отже, подальші дослідження мотиваційних аспектів управління персоналом та підприємства дозволять надати певний позитивний вектор розвитку та взаємодії працівника та

підприємства.

Список літератури:

1. **Колот А.М.** Мотиваційний менеджмент : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. — К. : КНЕУ, 2011. — 397с.
2. **Колот, А.М.** Мотиваційний менеджмент : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. — К. : КНЕУ, 2014. — 479с.
3. **Гуцан О.М.** Визначення місця HR та мотиваційних досліджень в рамках діагностичних процесів підприємства / О. М. Гуцан // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 1. – С. 57–62
4. **Кучинський В. А.** Формування ефективної системи мотивації персоналу на основі моделей компетенцій / В. А. Кучинський, О. М. Гуцан // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2021. – № 4. – С. 45-51.
5. **Гуцан О.М.** Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26-30
6. **Гуцан О. М.** Дослідження сутності поняття "стимулювання" / О. М. Гуцан, В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2020. – № 4 (6). – С. 7-13. - Режим доступу до журн.: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/2519-4461.2020.4.7>
7. **Гуцан О.М.** Формування системи мотивації виробничого персоналу на машинобудівному підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 — економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / О.М. Гуцан; НТУ «Харків. політехнічний ін-т». — Харків, 2015. — 19 с
8. **Гуцан О.М.** Функціонально-інформаційне розуміння HR та мотиваційного аналізу в управлінській діяльності менеджера та у бізнес-діагностичній діяльності підприємства / О. М. Гуцан // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 2. – С. 41–44

Бібліографія: **ГУЦАН О.М.** Діагностика мотиваційного профілю працівників: базовий інструментарій формування / **О.М. ГУЦАН** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 54-57

СЕКЦІЯ 2 – МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ, ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС

МИРОШНИК Т.О., аспірант, кафедра економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, ННІ ЕММБ, НТУ «ХПІ»

КОБЕЛЄВА Т.О., професор, д.е.н., кафедра економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, ННІ ЕММБ, НТУ «ХПІ»

БРЕНД ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ РОЗВИТКУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Роль бренду в освітньому середовищі надзвичайно важлива, адже він доносить максимум корисної інформації та гарантує стабільну якість і асортимент освітніх послуг; створює стабільні та довгострокові позитивні відносини зі споживачем (лояльність); відображає систему цінностей, традицій, стандартів університету.

Проаналізувавши різні погляди на поняття "бренд" та виокремивши основні елементи цієї дефініції, можна сказати, що бренд - це сукупність властивостей та особливих атрибутів продукту, які створюють враження про нього як про стабільний, іміджевий, довговічний, що виникає у свідомості цільової аудиторії на основі стереотипів і особистого досвіду.

Бренд може впливати на споживача з кількох боків:

1) з функціональної точки зору, надаючи певну інформацію про продукт, його характеристики та виробника;

2) емоційно-психологічної, будучи сукупністю вражень, бренд дозволяє споживачеві легко і приємно вибирати товар; стверджувати свої життєві цінності, передаючи свою індивідуальність; успішно взаємодіяти зі значущою соціальною групою. Таким чином, переконання та упередження у виборі бренду створюють відчуття упередження у виборі бренду створюють відчуття

стабільності та солідності свого місця в сучасному світі;

3) з економічної точки зору, будучи засобом задоволення потреб і бажань споживачів, бренд дозволяє виробникам продавати свої товари за вищими, преміальними цінами, розраховувати на регулярні покупки від лояльних споживачів; утримувати кожного споживача в умовах підвищеної конкуренції; утримувати основну частину своїх продажів; і посилення конкуренції; зберегти основну частину своїх клієнтів при погіршенні ринкових умов; та погіршення ринкової кон'юнктури; легше і швидше подолати наслідки криза в країні, галузі або на підприємстві;

4) культурний, будучи "нематеріальним активом" бренду, що відображає систему цінностей, традицій і норм, що розділяються цільовим сегментом споживачів і компанією-виробником. [1]

До специфічних особливостей освітніх послуг належать: сезонність, необхідність ліцензування, відносна тривалість виконання, відносно молодий вік споживачів освітніх послуг, ефективність та залежність результатів від умов праці та подальшого життя випускників, конкурентний характер (ця ознака проявляється переважно у більшості державних вищих навчальних закладів) тощо.

Університети повинні захищати конкурентоспроможність, впроваджувати інновації в управлінні та досягати стандартів якості. У нинішніх умовах неможливо обійтися без маркетингу, а саме маркетингу освітніх послуг. Освітні бренди, як правило, формуються історично, але дії, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності навчального закладу, мають великий вплив на цей процес. [2]

Під маркетингом освітніх послуг розуміють науково-практичну дисципліну, яка вивчає і формує філософію, стратегію і тактику цивілізованої поведінки і взаємодії суб'єктів ринку освітніх послуг, які виробляють (надають), продають (надають), купують (купують) і споживають освітні та супутні їм послуги.

Виділяють наступні функції маркетингу освітніх послуг:

- дослідження та прогнозування кон'юнктури ринку освітніх послуг послуги;

- ціноутворення;

- визначення якості та асортименту освітніх послуг;

- вивчення споживачів;

- комунікаційна діяльність;

- просування та реалізація освітніх послуг.[3]

Важливим інструментом маркетингу освітніх послуг є брендинг. Брендинг навчального закладу - це сукупність прийомів, способів і методів створення бренду університету та його подальшого просування.

Специфіка бренду вищих навчальних закладів забезпечує лояльність споживачів, забезпечення бюджетного фінансування та притоку додаткових інвестицій, виключення з числа конкурентів, стабільність міжнародних зв'язків, високу конкуренцію, зацікавленість роботодавців у випускниках університету.[4]

У висновку можна сказати, що роль бренду для освітнього середовища надзвичайно важлива, адже він доносить максимум корисної інформації та гарантує стабільну якість і асортимент освітніх послуг; створює стабільний, довгостроковий і позитивний асортимент освітніх послуг; створює стабільні, довгострокові, позитивні відносини зі споживачем (лояльність); відображає систему цінностей, традицій і відносини зі споживачем (лояльність); відображає систему цінностей, традицій та стандартів університету. стандартів університету.

Список літератури:

1. **Bennett R., Ali-Choudhury R.** Prospective Students' Perceptions of University Brands: An Empirical Study // Journal of Marketing for Higher Education. 2009. № 19 (1). P. 85–107
2. **Cronin A. M.** Reputational Capital in the _PR University': Public Relations and Market Rationalities // Journal of Cultural Economy. 2016. P. 1–14.
3. **Lee N. M., Merle P. F.** Media Relations and Universities: An Assessment of Digital Newsrooms // Journal of Marketing for Higher Education. 2018. Vol. 28, № 2. P. 232–246
4. **Юдіна Н. В.** Бренд-менеджмент : методичні вказівки з самостійної роботи студентів денної форми навчання галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» / НТУУ «КПІ». Електронні текстові данні (1 файл: 326,82 Кбайт). Київ : НТУУ «КПІ», 2013. 22 с. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27444>
5. **Кобелева Т.О.** Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>

6. **Перерва П.Г.** Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник / П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. інт". Харків : Планета-Прінт, 2019. 1002 с. URL:<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/415723>
7. **Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A.** Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
8. **Перерва П.Г., Кобелева Т.О.** Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

Бібліографія: МИРОШНИК Т.О., КОБЕЛЄВА Т.О. Бренд як одна з основних складових розвитку вищого навчального закладу / **Т.О. МИРОШНИК, Т.О. КОБЕЛЄВА** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 58-61

АНОПА А.С., аспірант, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ІЛЛЯШЕНКО С.М., професор, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

АНАЛІЗ СПОЖИВАЧА В ЕПОХУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Війна в Україні, розпочата російським вторгненням, спричинила глибоку гуманітарну кризу, яка є найбільшою в Європі з часів Другої світової війни, з втратами життів та руйнацією життєвих умов мільйонів людей[1]. Криза змінила економічне середовище, впливає на поведінку споживачів і стратегії компаній, змушуючи бізнес-лідерів адаптуватися до нових умов. В цих умовах актуалізуються питання аналізу змін в поведінці споживачів і їх урахування в маркетингових стратегіях підприємств різних галузей.

Таким чином метою цього дослідження є аналіз змін у поведінці споживачів під час війни в Україні та оцінка їх впливу на маркетингові стратегії компаній. Результати проведеного аналізу показують, що споживачі по різному пристосовуються до кризи, змінюють стереотипи споживчої поведінки [2]. Наприклад, у відповідь на військовий конфлікт, спостерігається збільшення запасів товарів першої необхідності, особливо продуктів харчування, оскільки 44% домогосподарств не можуть дозволити собі основні потреби, що призводить до продовольчої незахищеності. При цьому 43% домогосподарств вдаються до обмеження порцій, позичання їжі або вживання дешевших продуктів.

Безробіття цього року прогнозується на рівні 18,3%. Більшість домогосподарств зазнали зменшення доходів з лютого 2022 року, при цьому частка сімей, для яких оплачувана робота є основним джерелом доходу, знизилася з 67% до 53% [3]. Ці дані відображають значні економічні та

соціальні виклики, з якими стикаються споживачі в Україні під час війни, що впливає на їхні споживчі пріоритети та вибір продуктів.

Етика в маркетингу набуває особливої ваги під час війни. Компаніям важливо бути уважними до соціальних та політичних викликів, демонструючи соціальну відповідальність і відданість стійкому миру, процвітанню, соціальній справедливості, та міцним інституціям. Це може включати в себе утримання від активної реклами в регіонах, які постраждали від конфлікту, а також активне залучення в гуманітарні ініціативи [4].

Один з прикладів етичного маркетингу під час війни - це рішення компанії Unilever припинити всі імпорто-експортні операції з Росією. Компанія також заявила, що не буде інвестувати додатковий капітал у країну та не буде отримувати прибуток від своєї присутності в Росії.[5]

Цифровий маркетинг у часи війни вимагає особливої уваги до безпеки та придатності контенту. Важливо відфільтрувати неправдиву інформацію та підтримувати лише достовірні джерела. Це може включати зупинку реклами на платформах, що підтримують дезінформацію, та недопущення витрат рекламного бюджету на підтримку шкідливих або маніпулятивних джерел[6].

Наприклад, деякі платформи надали рекламні кредити гуманітарним організаціям і місцево верифікованим журналістам в Україні. Агенції спрямовують рекламодавців до надійних журналістських ресурсів, таких як Ads For News та United for News, для отримання актуальних рекомендацій.

Інновації є ключовим елементом у відповіді на кризові ситуації. Наприклад, під час пандемії COVID-19, багато компаній швидко адаптували свої виробничі лінії до нових реалій: пивоварні та дистилярні почали виробляти антисептики для рук, а інженерні компанії використовували 3D-друк для створення важливих компонентів медичних апаратів. Це підкреслює, що криза може бути каталізатором для швидких інноваційних змін.

Це дослідження підкреслює значні впливи війни в Україні на споживчу поведінку та маркетингові стратегії. Зміни у поведінці споживачів змусили компанії адаптувати свої підходи, зосередившись на етиці, цифрових стратегіях

та інноваціях. Криза відкрила нові можливості для інновацій та соціальної відповідальності, підкреслюючи важливість гнучкості та реактивності в маркетингу. У майбутньому компаніям слід зберігати цю адаптивність, використовуючи кризу як можливість для розвитку та вдосконалення своїх стратегій.

Список літератури:

1. "War in Ukraine: Lives and livelihoods, lost and disrupted". *McKinsey & Company*. [Онлайн]. Доступно: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/war-in-ukraine-lives-and-livelihoods-lost-and-disrupted> Дата звернення: 17.05.2023
2. "War in Ukraine: How brands are responding". *Marketing Week*. [Онлайн]. Доступно: <https://www.marketingweek.com/ukraine-brands-responding/> Дата звернення: 11.05.2023
3. "Report reveals war's 'stark impacts' on Ukraine society". *UN News*. [Онлайн]. Доступно: <https://news.un.org/en/story/2023/06/1137882> Дата звернення: 19.06.2023
4. "Marketing to End War, Create Peace, and Enhance Sustainable Well-Being". *American Marketing Association*. [Онлайн]. Доступно: <https://www.ama.org/2022/03/14/call-for-papers-%c7%80-journal-of-public-policy-marketing-marketing-to-end-war-create-peace-and-enhance-sustainable-well-being/> Дата звернення: 14.03.2023.
5. "War in Ukraine: How brands are responding". *Marketing Week*. [Онлайн]. Доступно: <https://www.marketingweek.com/ukraine-brands-responding/> Дата звернення: 11.03.2023 рік
6. "Navigating digital media safety and suitability in the time of war". *World Federation of Advertisers*. [Онлайн]. Доступно: <https://wfanet.org/knowledge/item/2022/03/07/Navigating-digital-media-safety-and-suitability-in-the-time-of-war> Дата звернення: 07.03.2023

Бібліографія: АНОПА А.С., ІЛЛЯШЕНКО С.М. Аналіз споживача в епоху війни в Україні: виклики та можливості для маркетингових стратегій підприємств України / А.С. АНОПА, С.М. ІЛЛЯШЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 62-64

КОРЖ М.В., д.е.н, проф., кафедра світової економіки, ДТЕУ

РАТУШНИЙ Б.В., магістрант, кафедра світової економіки, ДТЕУ

СЕМОМЕНКО А.О., магістрант, кафедра світової економіки, ДТЕУ

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК НОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧІВ

В 21 столітті спостерігається розквіт конкуренції з появою нових товарів та послуг. Традиційні методи маркетингу вже не так часто привертають увагу компаній, які в умовах насиченої конкуренції прагнуть віднайти нові способи привернення уваги споживачів. Це, в свою чергу, призводить до посилення ролі нових галузей маркетингу, котрі зможуть дослідити клієнтів з нової точки зору і запропонувати їм кращу продукцію чи послуги. Нейромаркетинг зараз активно посилює свою роль як новий і потужний інструмент впливу на споживачів, що зумовлює необхідність глибше дослідити це поняття, і розібратись, які складові входять в нього, та встановити можливі недоліки чи проблеми.

Нейромаркетинг – це галузь маркетингу, яка використовує принципи нейронауки для вивчення емоційних реакцій та розуміння споживчої поведінки, а також для впливу на неї [2].

Нейромаркетинг розкриває можливість більш глибокого розуміння споживачів, їхніх реальних потреб і цінностей, що служить ключовим чинником у побудові успішних маркетингових стратегій та підвищенні конкурентоспроможності компаній на ринку. Галузь досліджує поведінку споживачів, а саме їхнє мислення, процеси пізнання, емоції, пам'ять та інші аспекти, з метою передбачення індивідуальних споживчих виборів.

Від традиційного маркетингу нейромаркетинг відрізняється підходом до вивчення та розуміння ставлення споживача до продукції. У традиційному маркетингу зазвичай використовуються такі інструменти, як опитування, інтерв'ю, фокус-групи та аналіз даних для збору інформації про думку

споживачів. Нейромаркетинг, натомість, використовує функціональний магнітно-резонансний та електроенцефалографічний аналіз, ай-трекінг, дослідження скорочення м'язів обличчя та інші методи для визначення навіть тих аспектів людського сприйняття, які можуть бути невідомі або несвідомі самому споживачеві [3].

Своє широке застосування нейромаркетинг знаходить в сферах бізнесу та розваг. Наприклад, великі корпорації, такі як Nestle, Coca-Cola та Google, використовують методи нейромаркетингу для оптимізації своїх рекламних кампаній. Аналізуючи реакції споживачів на певні продукти та рекламу, вони визначають найефективніші стратегії. У сфері розваг нейромаркетинг використовується для покращення вражень від медіа-контенту, вибору фільмів чи ігор, адаптуючи їх до психологічних особливостей аудиторії.

Нейромаркетинг формується з наступних складових компонентів: аромаркетинг, мерчандайзинг та аудіомаркетинг [5].

Аромаркетинг – це використання ароматів для створення певного враження або асоціацій з брендом. Ця стратегія маркетингу базується на тому, що запах може мати великий вплив на емоційний стан та сприйняття людей. За даними дослідників з Університету Рокфеллера в Нью-Йорку, людський ніс може розрізняти понад мільярд різних комбінацій запахів. Вони також виявили, що ми запам'ятовуємо 35% того, що ми відчуваємо, порівняно з лише 5% того, що ми чуємо, і 1% того, що ми торкаємося. Зв'язок між запахом і пам'яттю досліджується в області науки, відомої як психофізіологія запахів, яка підтверджує, що запахи можуть стати потужними стимуляторами емоцій і навіть викликати конкретні спогади. Правильно обраний аромат може заспокоювати, стимулювати апетит чи навіть підвищувати рівень концентрації.

Компанія Inditex широко використовує аромаркетинг у своїх магазинах, але, мабуть, найвідомішим і впізнаваним прикладом є аромат, який використовується в магазинах Zara Home. Мережа пекарень Cinnabon випікає свіжі булочки з корицею кожні 30 хвилин, щоб запах ніколи не залишав повітря. Духові шафи знаходяться в передній частині магазину, звідки запахи

можуть легше дістатись до покупців, а коли аромат недостатньо сильний, вони розігрівають листи з корицею та цукром в духовці.

Мерчандайзинг у нейромаркетингу означає використання різних методів та стратегій, спрямованих на підсилення емоційного впливу на споживача та впливу на рішення про купівлю, зокрема через дизайн магазинів, упаковки товарів, розташування продуктів на полицях і так далі. Важливу роль тут відіграє зоровий канал, адже люди часто утворюють своє перше враження про продукцію або бренд на основі зовнішнього вигляду. Тому, перед маркетологами стоїть завдання ефективно донести своє повідомлення, яке дозволить виділитися серед інформаційного шуму та викликати необхідні емоції у споживача.

Якщо розглядати аспект правильного використання кольорів, то, наприклад, глибокі тони можуть створювати враження сили, розкоші та елегантності, що може бути доречним для ексклюзивних товарів та брендів класу люкс, як-от Chanel або Jack Daniels. З іншого боку, легкі світлі кольори складають враження легкості та доступності, і їх краще використовувати для оформлення недорогих товарів та мас-маркет брендів. Прикладом може стати лоукост-авіаперевізник EasyJet та магазин Ikea.

Аудіомаркетинг передбачає використання звукових елементів, а саме аудіо реклами, подкастів, музики, звукових ефектів та інших аудіоформатів, для привертання уваги аудиторії і створення позитивного враження про бренд чи продукт. Аудіомаркетинг створює неповторний аудіоімідж, який відрізняє компанію від конкурентів і залишає слід в пам'яті споживачів.

Науковцями доведено, що кожен звук має свої психологічні властивості і може підсвідомо впливати на прийняття рішень та поведінку людини [1]. Створюючи привабливу невимушену атмосферу в магазинах, приємна музика впливає на психологічний стан покупців, затримуючи їх у магазині та підштовхуючи до здійснення покупок. Якщо мета полягає в тому, щоб покупець ставав більш активним і складав товар в корзину, використовуються інші більш енергійні мелодії. Важливо враховувати контекст і вибирати музику,

яка відповідає характеру бізнесу.

Досліджуючи можливі проблеми нейромаркетингу, можна виділити наступні [4]:

1. *Висока вартість досліджень.* Витрати на дослідження в даній сфері є достатньо високими, що ставить всіх учасників ринку в нерівні умови, надаючи перевагу великим компаніям.

2. *Бажання швидких і високих прибутків.* Багато невідготовлених і непрофесійних досліджень компаніями, які прагнуть долучитись до актуальної теми, але при цьому не бажають досягнути всі нюанси, часто закінчуються провалом, що шкодить репутації нейромаркетингу і затримує його розвиток.

3. *Суб'єктивна складова.* Багато нейрокомпаній зараз вірять, що нейромаркетинг дає можливість на прикладі одного споживача дослідити повну картину звичок, проте все ж таки пошук легших шляхів погіршує результат, тому важливо вкладати більші зусилля, залучати більше людей для більш об'єктивної оцінки.

4. *Відсутність великої кількості публікацій результатів досліджень.* Зараз, попри зростання популярності нейромаркетингу, ми ще досі не бачимо значної кількості результатів досліджень, що не дає можливості розвиватись даній галузі природним шляхом належним чином.

5. *Закрита форма досліджень і способів оброблення даних.* Зараз дослідження у нейромаркетингу проводяться зазвичай приватними підприємствами, котрі роблять дослідження для внутрішньої інформації, яка закрита з комерційних умов.

6. *Популяризація нейромаркетингу через непрофесійні джерела.* Більшість людей дізнається про нейромаркетинг не з статей та досліджень, а з різних журналів чи газет. Останні, в свою чергу, більше надають перевагу красивому сюжету ніж професійному огляду, який би враховував всі переваги і недоліки.

Попри ці проблеми важливо зазначити, що нейромаркетинг вже показав на практиці свою ефективність і має значний потенціал в нових дослідженнях

методів впливу на споживачів. Його застосування може суттєво додати конкурентної переваги компанії серед інших учасників ринку, і це є однією з головних задач маркетингу.

Отже, нейромаркетинг – це галузь маркетингу, яка використовує принципи нейронауки для вивчення емоційних реакцій та розуміння споживчої поведінки, а також для впливу на неї. Від традиційного маркетингу нейромаркетинг відрізняється підходом до вивчення та розуміння ставлення споживача до продукції. Він містить: аромамаркетинг, мерчандайзинг та аудіомаркетинг. Досліджуючи можливі проблеми нейромаркетингу, можна виділити наступні: висока вартість досліджень, бажання швидких і високих прибутків, суб'єктна складова, відсутність великої кількості публікацій результатів досліджень, закрита форма досліджень і способів оброблення даних, популяризація нейромаркетингу через непрофесійні джерела.

Список літератури:

1. **Губарева Ю.А.** Аудіомаркетинг: інструменти, перспективи, прогресивний світовий досвід. Економіка: реалії часу. 2015. Т. 4, № 20. С. 65–70. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n4.html>.
2. **Гуменна О.В., Гончарова К.О.** Нейромаркетинг як інноваційний інструмент у маркетингу. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2018. Т. 3, № 1. С. 38–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2018_3_1_9.
3. **Окландер М.А., Губарева Ю.А.** Нейромаркетинг – теорія та практика впливу на підсвідомість споживача. Економіст. 2014. № 11. С. 59–62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2014_11_18.
4. **Карпенко Л.Ф., Остапчук А.Д.** Нейромаркетингові технології управління поведінкою споживачів. Підприємництво та інновації. 2022. С. 34. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/516/502>
5. **Скригун Н.П., Метейко В.О.** Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу на споживача, Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. С. 67. УДК 339.138

Бібліографія: КОРЖ М.В., РАТУШНИЙ Б.В., СЕМОНЕНКО А.О. Нейромаркетинг як новий інструмент впливу на споживачів / М.В. КОРЖ, Б.В. РАТУШНИЙ, А.О. СЕМОНЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 65-69

СЕКЦІЯ 3 – АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АУДИТУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ

ЮР'ЄВА І.А., к.е.н, доцент, Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС МОДЕЛЕЙ

Організації функціонують для досягнення своїх результатів, використовуючи можливості аналітично-облікового підходу в ефективності застосування бізнес моделей. Теоретичним та методологічним проблемам вивчення термінологічної сутності бізнес-моделей присвячені праці таких науковців, як: О. Гасман, К. Маркидес, О. Остервальдер, І. Пін'є, К. Франкенбергер, Г. Хамел, Н. Ревуцької, А. П. Тіммерса.

Визначаючи сутність поняття «бізнес-модель» аналізують наступні підходи: по-перше це підхід з позиції бізнес процесів мікросередовища орієнтований на бізнес-процеси в структурі підприємства (удосконалення структури, залучення провідних технологій, в тому числі); по-друге : підхід з оцінювання системи критеріїв макросередовища, орієнтований на сіблірування (визначення цілей або орієнтація на клієнтське середовище) . Перший підхід пов'язаний з розглядом діяльності підприємства з точки зору бізнес-процесів і технологій (фокус уваги спрямований всередину підприємства). Бізнес-моделювання передбачає аналітику потреб, оцінює і формує презентацію пропозицій, веде облік ресурсів, слідкує за ринковими портфелями, формує цінності своїх споживачів задля отримання цілісної прибуткової моделі. Другий підхід має на увазі вивчення ціннісних орієнтацій зовнішнього середовища та всіх можливих ефективних результатів.

Бізнес моделювання передбачає узгодження потреб бізнес - підрозділів

для можливостей, які виникають завдяки новітнім цифровим інформаційним технологіям.

Наприклад, використання моделі бюджетно-податкової системи являє собою складний економічний механізм, який за певними принципами визначає всі податки і обов'язкові платежі в бюджет. В бізнес моделі питання про джерела сплати прямих податків відносяться до аналізу мікросередовища. В цій моделі відслідковується як одна частина податків сплачується за рахунок прибутку, інша за рахунок засобів, які відносяться на собівартість продукції. При цьому за рахунок прибутку сплачується незначна частина податків. При аналізі моделі визначається, що основна її частина сплачується за рахунок засобів, які відносять на собівартість продукції. Також розглядаються вимоги щодо програмного забезпечення, яке розроблено для реалізації в ньому. Інші визначення бізнес моделювання можуть включати майбутні стани бізнес - функцій, також обмеження значення цього терміну для визначення кінцевих показників, а не засобів, за допомогою яких вони будуть досягнуті. Дійсно, якщо відносити податки на витрати виробництва, то тим самим зменшується прибуток. А якщо сплачувати за рахунок прибутку, то він збільшується.

Задля ефективності бізнес моделей використовуються також структурний підхід. Вимоги повинні аналізуватися на будь-якому окремому рівні деталізації, крім того необхідно сказати, що їх варто було б оцінювати для будь-якого рівня уточнення, необхідного для розуміння та прийняття вірних управлінських рішень. У контексті даного прикладу - включенням податків у собівартість продукції, які досягаються гарантованістю і стабільністю надходження в бюджет засобів, виключно бізнес- процесами, які можуть бути описані для конкретної моделі, що використовується в організації. Отже підходи самі по собі є забезпеченням існуючої або минулої бізнес моделі з потребою перед розробкою змін, за допомогою яких приймається рішення щодо вибору ефективної бізнес моделі.

Список літератури:

1. *Алакозова П. Е.* Бізнес-модель підприємства: генезис та сучасна ідентифікація поняття. Стратегія економічного розвитку України. 2015. № 37. С. 54-63. . 2 *Юринець З. В.* Інноваційна бізнес-модель як

підгрунтя розвитку сучасних підприємств. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Львів, 2012. № 48. С. 365-370

Бібліографія: *ЮР'ЄВА І.А. Підходи до визначення ефективності бізнес моделей / І.А. ЮР'ЄВА //* Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 70-72

СІНТЮК Я.О., студентка, Державний торговельно-економічний університет

ПОРІВНЯННЯ ВИМОГ ДО ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСФЗ ТА GAAP

У сучасній світовій економіці домінують тенденції інтернаціоналізації та глобалізації через зростання обміну товарами, послугами, інвестиціями та валютами між країнами. Це вимагає міжнародної гармонізації та стандартизації систем бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Відповідно до загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку США (US GAAP) [2] та міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRS/IAS) [5] існують певні відмінності у представленні та розкритті інформації в річній та проміжній фінансовій звітності, що надає певних ускладнень у складанні звітності міжнародними корпораціями та інтерпретації і розуміння фінансової звітності її користувачами.

Загалом, стандарти бухгалтерського обліку МСФЗ демонструють глобальну тенденцію та використовуються в багатьох частинах світу, включаючи країни ЄС, Гонконг, Австралію, Сінгапур та декілька інших країн. У січні 2011 року Канада офіційно прийняла стандарти МСФЗ. У результаті більшість країн у той час перейшли від власних вимог і принципів бухгалтерського обліку до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) [5]. Всупереч цій глобальній тенденції бухгалтерського обліку, Сполучені Штати все ще працюють згідно з GAAP США [2].

Основні сфери, де існують відмінності у складанні фінансової звітності згідно з цими інструкціями:

- згортання активу і пасиву балансу;
- класифікація зобов'язань за договорами рефінансування в балансі;
- класифікація витрат у звіті про фінансові результати;
- відображення інших загальних прибутків і збитків;
- формат складання звіту про прибутки та збитки;

- відображення амортизації та надзвичайних доходів/витрат у звіті про прибутки та збитки;
- подання звіту про зміни у власному капіталі;
- відображення банківських овердрафтів, відсотків, дивідендів, податків у звіті про рух грошових коштів;
- вимоги щодо наявності зіставної фінансової інформації;
- складання проміжної фінансової звітності [3].

Відмінності в описі фінансових активів і зобов'язань за загальними угодами про взаємозалік, угодами про зворотній викуп та кількості сторін можуть змінити відображення статей, представлених у балансі. Чиста вартість на основі угод США (US GAAP) про купівлю електроенергії, а валова вартість на основі Міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRS/IAS) [1].

Відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ/МСБО) класифікація боргу виключає угоди рефінансування після балансу. Тому борг зазвичай класифікується як поточний борг відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ/МСБО). Як результат, відмінності в інструкціях щодо бухгалтерського обліку для певних угод рефінансування можуть призвести до того, що більша кількість боргів буде класифікована як поточна відповідно до МСФЗ/МСБО [4].

Відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ/МСБО) можна подавати витрати за їх характером, а не за функцією, або подавати всі статті доходів і витрат в одному звіті про сукупний дохід або в двох звітах (звіт про прибутки та збитки та звіт про сукупні прибутки та збитки).

МСФЗ/МСБО не дозволяють подавати загальний прибуток або збиток та його компоненти у звіті про зміни у капіталі, тоді як GAAP США це дозволяє. Однак після прийняття стандартів у зв'язку з конвергенцією, GAAP США більше не подає консолідовані прибутки та збитки та їх компоненти у звіті про зміни у капіталі, таким чином усуваючи цю відмінність [5].

МСФЗ/МСБО вимагають від усіх суб'єктів господарювання подавати звіт про зміни у капіталі як основний звіт. Відповідно до GAAP США ця інформація

може бути надана в примітках до фінансової звітності. Існують відмінності у представленні грошових потоків між двома стандартами, що може призвести до відмінностей у сумі грошових коштів та їх еквівалентів, представлених у звіті про рух грошових коштів, а також до змін у різних аспектах операцій, інвестицій, бізнесу та фінансової частини звіту про рух грошових коштів. МСФЗ/МСБО визначають періоди, за які необхідно порівнювати фінансову інформацію, на відміну від вимог GAAP США та Комісії з цінних паперів і бірж США (SEC) [2].

МСФЗ/МСБО вимагають від суб'єктів господарювання подання проміжної фінансової звітності за методом дискретного періоду. Слід зазначити, що уповноважені органи в Сполучених Штатах і Європі співпрацюють у спільних проектах, спрямованих на усунення деяких із цих відмінностей, а також в інших сферах, рухаючись до конвергенції стандартів [4].

Таким чином, усунення існуючих відмінностей у структурі фінансової звітності на міжнародному рівні забезпечить можливість комплексної адаптації звітності різних країн світу до єдиної системи звітності, що забезпечить не лише упорядковану фінансову звітність, трансформації транснаціональних компаній, а також надасть користувачам відповідну інформацію про міжнародні компанії - надійну, зрозумілу, актуальну та неупереджену інформацію про діяльність міжнародних компаній, що і є досягненням мети складання фінансової звітності.

Список літератури:

1. IFRS and GAAP: similarities and differences // IFRS readiness series, PricewaterhouseCoopers [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://viewpoint.pwc.com/us/en.html>
2. ЗПБО США (US GAAP) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.fasb.org/>
3. *Лучко М.Р., Бенько І.Д.* Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами / *М.Р. Лучко, І.Д. Бенько.* — Тернопіль: Екон. Думка ТНЕУ, 2016. — 360 с.
4. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_010
5. МСФЗ/МСБО (IFRS/IAS) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.ifrs.org/>

Бібліографія: *СИНТЮК Я.О.* Порівняння вимог до фінансової звітності за МСФЗ та GAAP / *Я.О. СИНТЮК* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 73-75

ЯЛАНСЬКИЙ С.М., магістрант

ТЯГУНОВА З.О., канд. екон. наук, доцент, ПУЕТ

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

За сучасних умов господарювання гостро постає проблема пошуку оптимальних варіантів управління витратами підприємства. З позиції фінансового менеджменту найкращим рішенням для підприємства буде запровадження єдиної системи управління, яка, в свою чергу, підвищить конкурентоспроможність продукції, організацію виробництва та ефективність його функціонування.

Метою дослідження є визначення управління витратами та процес відображення витрат в сучасних умовах господарювання

Управління витратами – необхідна частина економічної роботи на підприємстві, оскільки в його рамках для запланованої і фактично досконалої діяльності підприємства повинні розкриватися причини виникнення цільового результату і виявлятися передумови для ухвалення управлінських рішень.

Витрати є головним оціночним показником діяльності підприємства. Тому об'єктивно необхідним є досконалий аналіз системи управління витратами з виокремленням й усуненням проблемних моментів. Крушельницька О. В., стверджує, що управління витратами – це складний багатоаспектний процес, що включає управлінські дії, метою яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства [1, с. 98].

Як зазначає Голіков О. І., «управління витратами – це комплекс заходів, що спрямовані на формування найбільш необхідних і разом з тим доцільних з економічної і технічної точок зору витрат, яке забезпечується за допомогою раціонального їх нормування, оптимального планування, обґрунтування бухгалтерського обліку, оперативного економічного аналізу та своєчасного і всебічного контролю» [2, с. 27]. З цього визначення випливає, що управління

витратами дає змогу отримувати користувачам необхідну інформацію щодо обліку, планування, аналізу та контролю витрат на конкретному підприємстві.

Попов О.С. зауважує: управління витратами - це розробка і реалізація управлінських впливів, заснованих на використанні економічних законів щодо формування та регулювання витрат підприємства відповідно до його стратегічних і поточних цілей [3, с.736].

Величина витрат, які здійснює підприємство в процесі своєї діяльності, істотно впливає на формування його фінансових результатів. Тому необхідно здійснювати постійний моніторинг витрачання ресурсів, а також створювати на підприємствах комплексну систему управління витратами, яка забезпечує досягнення оптимального рівня витрат та максимальної віддачі від них, що втілюється в показниках прибутковості діяльності.

В умовах динамічного стану економіки в країні, управляти підприємством, означає вміло оперувати інформацією про потреби ринку, швидко реагувати на зміну попиту споживача та управляти витратами. Тому управління витратами підприємства передбачає:

- проведення повного аналізу витрат;
- прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі повної інформації про стан активів, зобов'язань і капіталу;
- формування плану рівня необхідних витрат для здійснення господарської діяльності;
- організація системи облікового відображення витрат та елементами та статтями;
- розробки плану очікуваного прибутку підприємства;
- розробки шляхів зниження витрат;
- розробка методів мотивації працівників підприємства до зниження необґрунтованих чи понаднормативних витрат;
- здійснення контролю за рівнем понесення витрат;
- розробка системи дій, які сприятимуть зниженню величини понаднормативних витрат, втрат та браку на виробництві.

Процес організації облікового відображення витрат та контроль за величиною і статтями їх понесення передбачає визначення елементів витрат, місць їх формування та центрів відповідальності. Такий підхід дає можливість встановити причини понаднормативних витрат, втрат та розробити найбільш ефективні важелі впливу та шляхи орієнтовані на економію їх величини.

Управління витратами на підприємстві передбачає виконання функцій, властивих управлінню будь-яким об'єктом, й які визначають основні елементи, що виконує система управління витратами, розробку, прийняття та реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням. Отже, функції, які мають виконуватись системою управління витрат вбачаємо через функції, властиві й саме управлінню, які визначені в теорії менеджменту: планування, організація, регулювання, мотивація, облік й аналіз, координація, контроль, стимулювання.

Вчасне реагування на відхилення витрат від нормативних значень дасть змогу попередити зростання витрат виробництва, що прямопропорційно впливають на собівартість продукції і прибуток підприємства

Отже, від величини витрат залежить прибутковість підприємства, тому ефективне управління витратами, яке передбачає мінімізацію їхньої загальної величини є надзвичайно важливим.

Список джерел:

1. **Крушельницька О.В.** Управління матеріальними ресурсами : навч. посібник. Київ : Кондор, 2008. 162 с.
2. **Голіков О.І., Миколаєва Н.А.** Основи класифікації і методи управління витратами в системі стратегічного управлінського обліку. Азимут наукових досліджень: економіка і управління. 2014. № 1. С. 26–30
3. **Попов О.С.** Управління витратами // Економічна енциклопедія: У 3-х томах, Т.3. - К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – С. 736.

Бібліографія: ЯЛАНСЬКИЙ С.М., ТЯГУНОВА З.О. Управління витратами підприємства в сучасних умовах господарювання / **С.М. ЯЛАНСЬКИЙ, З.О. ТЯГУНОВА** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 76-78

СЕКЦІЯ 4 – БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

ЛАДИНЕНКО О.А., аспірант, НТУ «ХПІ»

ОЦІНКА ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

На поточний момент розвитку ринкових відносин провідними економістами світу визнано, що головною фінансовою метою стратегічного управління підприємством є збільшення його вартості [1, с. 157].

Основи управління вартістю як теорії менеджменту досліджено в роботах таких відомих науковців, як: Т. Коллер, Т. Коупленд, Дж. Муррін, А. Раппопорт, Б. Стюарт, О. Вовк [2] та ін. При цьому, залишаються дискусійними ряд питань, присвячених вивченню проблеми оцінки вартості бізнесу в системі управління.

Динамічне зростання вартості суб'єкта у сфері бізнесу відбувається під впливом конкретних функцій управління його вартістю на основі комплексного врахування всіх аспектів системи управління ефективністю бізнесу. Показник зростання вартості підприємства може продемонструвати досягнення загальної мети та виступати критерієм ефективності для всіх учасників діяльності бізнесу. Крім цього, він є індикатором відтворення всієї різнобічності власних інтересів.

На практиці для прийняття ефективних управлінських рішень власникам і керівництву підприємства особливо необхідна інформація про вартість бізнесу. При цьому слід додати, що при проведенні оцінювальних робіт зацікавленими сторонами можуть виступати і інші суб'єкти, зокрема: державні структури, кредитні організації, страхові компанії, постачальники, інвестори та акціонери [3, с. 226].

У загальному розумінні, оцінка вартості існуючого бізнесу є оцінкою єдиного операційного комплексу, який може приносити дохід. До цієї оцінки

включають: оцінку основних засобів та оборотних активів, нематеріальних активів, а також поточного та майбутнього доходів підприємства [2, с. 32].

Вартість бізнесу – це вартість операційної компанії або вартість 100% корпоративних прав у підприємстві. Оцінка майна, майнового права – процес визначення їх вартості на дату оцінки у порядку, встановленому нормативно-правовими актами. В системі управління виділяють наступні основні підходи до оцінки вартості компанії [4]:

1. Дохідний (на основі потенційного доходу підприємства) – вартість інвестицій обчислюється як теперішня вартість майбутніх пільг, дисконтованих за курсом доходу, що відображає ризикованість інвестицій.

2. Вартісний (майновий) – вартість оціночного підприємства базується на оцінці тих активів та зобов'язань, що були придбані підприємством протягом усього періоду його дії, за вирахуванням зобов'язань.

3. Ринковий підхід – передбачає розрахунок вартості підприємства на основі порівняння з іншими компаніями-аналогами.

Таким чином, можна зазначити, що вартість бізнесу є комплексним критерієм сталого розвитку, оскільки вона відображає сукупну характеристику фінансових показників діяльності компанії та забезпечує інтереси різних учасників ринкових відносин. Тому, оцінка вартості бізнесу має стати важливим інструментом управління власністю компанії.

Список літератури:

1. **Козенкова В. Д.** Оцінка та моделювання вартості промислового підприємства. *Економічний вісник*. 2018. №3. С. 157-168.
2. **Вовк О.М., Загайна С.Ю.** Управління розвитком економічного потенціалу: вартісний підхід та фактори впливу на вартість. *Регіональна економіка та управління*. № 4 (30), 2020. С. 32-35.
3. **Берлог В.А., Мещеряков В.Є.** Підходи до оцінки вартості підприємства та етапи її проведення. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: збірник тез доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції з дистанційною участю*, Том I, 11 листопада 2020 р. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2020. С. 226-229.
4. **Міокова Г.І.** Вартість підприємства та її оцінка. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22%282%29_ekon/stat_20_1/25.pdf

Бібліографія: **ЛАДИНЕНКО О.А.** Оцінка вартості бізнесу в системі управління / **О.А. ЛАДИНЕНКО** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 79-80

СЕКЦІЯ 5 – АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КОЧЕТОВА Т.І., доцент, НТУ «ХП»

ЯЦИНА В.В., канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХП»

ВАРТІСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Одержання необхідного економіці обсягу інвестицій - головна умова, без якої неможливо домогтися динамічного і стабільного росту економіки. Для того щоб залучити інвестиції, необхідно забезпечити достатній рівень інвестиційної привабливості.

Інвестиційна привабливість підприємства для інвесторів визначається рівнем доходу, який інвестор може одержати на вкладені кошти. Ефективна діяльність підприємств, забезпечення високих темпів їх розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності продукції значною мірою характеризують рівень їхньої інвестиційної активності.

Останнім часом з'явилося безліч методик, розробок і пропозицій по оцінці й керуванню інвестиційною привабливістю підприємств. Більшість із них базується на розрахунку показників, що відображають рівень розвитку лише окремих факторів, що впливають на діяльність підприємства. При цьому, сама інвестиційна привабливість розглядається, по-перше, з погляду інвестора, і, по-друге, лише як інструмент залучення інвестицій у конкретний проект, що звужує область розвитку інвестиційних процесів, а значить і обмежується їхня роль і функції при розробці стратегії економічного розвитку промислових підприємств. Різні аспекти оцінки інвестицій, інвестиційної привабливості, потенціалу, ризику, активності представлені роботами закордонних вчених, таких як: Барнес Сет Б., Бірман Г., Беренс В., Бромвич М., Гітман Л. Дж., Гудман Дж. Еліот, Доунс Дж., Джонк М.Д.

Інвестиційна привабливість підприємства формується під сукупним впливом окремих приватних факторів. Тому одним зі способів виміру інвестиційної привабливості підприємства може бути визначення єдиного показника, що поєднував би в собі безліч приватних показників, що характеризують вплив тих або інших факторів на інвестиційну привабливість.

З огляду на те, що результатом інвестиційної діяльності є розвиток матеріально-технічної бази виробництва та збільшення економічного потенціалу компанії, представляється доцільним використання вартісного підходу до оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Так, виходячи з концепції доданої вартості, привабливим буде вважатися тільки те підприємство, що збільшує загальну ринкову вартість. У тому випадку, якщо загальна вартість підприємства не змінюється або знижується, привабливим для інвестування підприємство не буде.

Таким чином інвестиційну привабливість підприємства варто визначати на основі оцінки вартості бізнесу. З огляду на те, що саме по зміні вартості бізнесу слід визначати привабливість або непривабливість підприємства для інвестування, пропонується інвестиційний рейтинг підприємства визначати як приріст вартості підприємства.

Використання вартісного підходу до оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств дозволяє, по-перше, урахувати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на формування умов інвестування, по-друге, визначити ефективність використання вкладеного капіталу, по-третє, здійснювати вибір пріоритетних напрямків розвитку інвестиційної діяльності.

Однак у цьому випадку виникає необхідність обліку у вартості бізнесу умов ринку, що динамічно змінюються, що дозволяє забезпечити використання опціонного методу оцінки вартості підприємства.

Бібліографія: КОЧЕТОВА Т.І., ЯЦИНА В.В. Вартісний підхід до оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / Т.І. КОЧЕТОВА, В.В. ЯЦИНА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 81-82

ГУРЖИЙ Т.О., к.е.н., доцент, кафедра фінансів та обліку, Дніпровський державний технічний університет

ГЛАЗУНОВА О.Е., студентка, Дніпровський державний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ В ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

В поточному 2023 році з метою посилення нагляду за фінансовим ринком під час дії воєнного стану Національний банк запровадив зміни до організаційної структури, що спрямовані на подальше вдосконалення ризик-орієнтованого нагляду. Зокрема, було прийнято рішення про реорганізацію Департаменту банківського нагляду та створення в структурі НБУ Департаменту інтегрованого нагляду за банками та Департаменту моніторингу осіб, пов'язаних з банками, який матиме розширені повноваження та межі відповідальності. Даний орган не лише продовжить виконувати всі функції Департаменту банківського нагляду, а й виконуватиме окремі функції щодо нагляду за постачальниками платіжних послуг з метою забезпечення дотримання ними вимог Закону «Про платіжні послуги» (крім для норм, передбачених частиною другою статті 82 цього закону) та відповідними нормативними актами Центрального банку [1].

2022 рік виявився своєрідним природним експериментом, так званим стрес-тестом для банківської системи України. Незважаючи на системні геополітичні, демографічні та макроекономічні потрясіння, банківський сектор вистояв завдяки, насамперед, зниженню внутрішньої чутливості до ризиків у результаті восьми років реформ та своєчасно прийнятих антикризових заходів у ході військових дій. Минулий воєнний рік для банківських установ став переломним або посиленням минулих тенденцій ще за мирних часів.

Банківський бізнес, який в собі акумулює політичні, макроекономічні та інституційні та інші ризики, в умовах зростання нестабільності опиняється у

найбільш не вигідному становищі. Водночас, виникнення нестабільності безпосередньо в банківському сегменті призводить до негативних наслідків для розвитку економіки країни в цілому, а в окремих випадках провокує соціально-політичну кризу. В умовах постійних економічних трансформацій і потрясінь українські банківські установи часом проходять серйозну перевірку. Швидкі зміни умов діяльності, вплив зовнішнього середовища, необхідність внутрішніх перетворень призводять до постійного вдосконалення та оновлення банківської системи. Рівень економічного розвитку залежить переважно від стану саме цієї системи. В умовах фінансово-політичної та з кінця лютого 2022 року - активної фази військової кризи, банківська система України не мобілізувала та не реалізувала всі закладені в ній можливості. Важливо зазначити, що Національний банк, як регулятор, вживав і вживає необхідних заходів для підтримання стійкої банківської системи на період дії воєнного стану в Україні після 24 лютого 2022 року, які подано на рис. 1 [2].



Рисунок 1.1 - Заходи НБУ д після 24 лютого 2022 року

ЦБ щорічно переглядає перелік системно важливих банків. Так, кількість банків на 2023 рік порівняно з 2022 роком збільшилась на 1 установу та становила 15 установ, до переліку яких увійшли: А-Банк, Райффайзен Банк, ПриватБанк, Креді Агріколь Банк, Кредобанк, ОТП Банк, Ощадбанк, «Південний», ПУМБ, Сене Банк, ТАСкомбанк, Укрексімбанк, УкрСиббанк, Укргазбанк, Універсал Банк [3]. У табл.і 1 наведено дані щодо зміни кількості діючих банків в Україні за останні десять років.

Таблиця 1 – Кількість зміни функціонуючих банків України за період 2013 – 2022 рр., [4]

Назва	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Зміна 2022/2013 р.,%
Кількість діючих банків	180	163	117	96	82	77	75	73	71	67	-62,7%
з них: з ін. капіталом	49	51	41	38	38	37	35	33	33	30	-38,7%
у т.ч. зі 100% ін. капіталом	19	19	17	17	18	23	23	23	23	22	+13,6%

Виходячи з даних таблиці можна відстежити значне кількісне зменшення комерційних банків, які функціонували на території України у період з 2013-2022 рр., особливо за період 2013-2016 рр. Кількість банків зменшилася більш, ніж вдвічі зі 180 од. у 2013 р. до 67 на початку 2023 року або 62,7%. За страшний для України 2022 рік ліцензію втратили 4 банки, в тому числі 3 з іноземним капіталом.

Вітчизняна банківська система вже не вперше вирішує проблеми, пов'язані з ризиками військових дій. Навесні 2014 року банки вже боролися з проблемами виведення залишків готівки з захоплених територій на Донбасі та в окупованому Криму, перетворивши кредитні портфелі домогосподарств і корпоративного сектору цих регіонів у практично дефолтні. В даний час географія, на яку поширилися ризики, значно розширилася. У майбутньому

українським банківським установам доведеться зіткнутися зі значним погіршенням якості активів – великими обсягами проблемних кредитів, які значно перевищуватимуть виклики. Сьогодні економіка скоротилася майже на 50% – це теж приблизна оцінка майбутніх втрат банківського сектора. Валютний шок доведеться пережити трохи пізніше - поки НБУ фіксує курс, але це не може тривати довго.

Невпевненість в майбутньому вітчизняних банків продовжує і надалі призводити до відпливу капіталу з банківського сектору. Банкам все важче залучати на своє обслуговування клієнтів та зберігати депозитний портфель на безпечному для нормального функціонування банківських установ рівні.

Список літератури:

1. НБУ посилює нагляд за фінансовим ринком. [Електронний ресурс]. Офіційний веб-портал НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-posilyuye-naglyad-za-finansovim-rinkom>.
2. Національний банк вживає чергових заходів для підтримання стабільності банківської системи на час дії в Україні воєнного стану: офіційний сайт НБУ. [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-vjivaye-chergovih-zahodiv-dlya-pidtrimannya-stabilnosti-bankivskoyi-sistemi-na-chas-diyi-v-ukrayini-voennogo-stanu>.
3. Національний банк оновив перелік системно важливих банків: офіційний Сайт НБУ. [Електронний ресурс]. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-onoviv-perelik-sistemno-vajlivih-bankiv-13732>.
4. Основні показники діяльності банків України: наглядова статистика НБУ [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1> (Дата звернення: 14.09.2023)

Бібліографія: *ГУРЖИЙ Т.О., ГЛАЗУНОВА О.Е. Особливості функціонування вітчизняних банків в період дії воєнного стану / Т.О. ГУРЖИЙ, О.Е. ГЛАЗУНОВА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 83-86*

КОЛІСНИК А.С., магістрант, ПУЕТ

ВЛАСЕНКО В.А., канд. екон. наук, доцент, ПУЕТ

ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ринкової економіки забезпечення розвитку суб'єктів господарювання здійснюється при наявності системи фінансового планування високої якості, так як майбутня діяльність підприємств завжди пов'язана з невизначеністю та ризикованістю.

Фінансове планування відноситься до однієї з функцій управління підприємством. Воно покликане забезпечити стійкий фінансовий стан, спрогнозувати необхідний обсяг фінансових ресурсів для забезпечення діяльності суб'єкта господарювання з чітким визначенням джерел фінансування.

Метою дослідження є визначення сутності категорії “фінансове планування”, визначення основних завдань та процесу здійснення фінансового планування

Фінансове планування є прогнозом майбутнього фінансового стану підприємства з одночасним визначенням шляхів, встановленням засобів та строків досягнення цього стану, а також кінцевих меж запланованих дій. Фінансові плани майже завжди орієнтовані на чітко визначені цілі, містять проміжні результати і відображають види та обсяги фінансових ресурсів, витрачених для досягнення планових цілей. Однак найважливішими в фінансовому плануванні все ж є кінцеві результати. Адже саме вони показують, чи правильно було здійснено фінансове планування і які корективи потрібно внести.

За визначенням С.В. Онищенко, фінансове планування – це процес систематичної підготовки управлінських рішень, які прямо чи опосередковано впливають на обсяги фінансових ресурсів, узгодження джерел формування та напрямків використання згідно з виробничими, маркетинговими планами та

показниками діяльності підприємства у плановому періоді, і які забезпечують вирішення завдань найбільш раціональним шляхом. [1, с. 58].

За визначенням М. М. Бердар [2, с. 43], фінансове планування – це процес розробки системи фінансових планів і планових показників із забезпечення розвитку підприємства необхідними фінансовими ресурсами і підвищення ефективності його фінансової діяльності в майбутньому

Фінансове планування – це процес визначення обсягу фінансових ресурсів за джерелами формування і напрямками їх цільового використання згідно з виробничими та маркетинговими показниками підприємства у плановому періоді. Метою фінансового планування є забезпечення виробничого процесу необхідними джерелами фінансування [3].

Основними завданнями фінансового планування є:

- забезпечення функціонування підприємства необхідними фінансовими ресурсами;
- визначення джерел фінансування;
- визначення напрямів ефективного використання та інвестування капіталу;
- складання фінансових планів, аналіз та контроль за їх виконанням;
- забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства;
- контроль за використанням фінансових ресурсів.

Процес фінансового планування поділяється на кілька етапів. Перший етап являє собою аналіз фінансової ситуації, тобто аналіз фінансових показників за попередній період. Другий етап складається з розроблення фінансової стратегії підприємства. Третій етап – складання поточних фінансових планів. Четвертий етап необхідний для уточнення і конкретизації показників прогностичних документів за допомогою складання поточних фінансових планів. Фінансове планування завершується розробленням оперативних планів та практичним впровадженням фінансових планів і контролем процесу їх виконання.

Для фінансового планування необхідні основні фінансові документи підприємства: бухгалтерський баланс, звіти про рух грошових коштів та звіти про фінансові результати. Ці документи мають дуже велике значення у фінансовому плануванні, тому що містять дані для аналізу і розрахунку фінансових показників підприємства і служать фундаментом для побудови прогнозних документів.

У ході фінансового планування будь-яке підприємство всебічно оцінює стан своїх фінансів, виявляє можливості збільшення фінансових ресурсів, напрями їх найбільш ефективного використання. Управлінські рішення в процесі планування приймаються на основі аналізу фінансової інформації, яка у зв'язку з цим повинна бути достатньо повною і достовірною.

Отже, фінансове планування є важливою складовою внутрішньофірмового планування, реалізація якого – необхідна умова досягнення підприємством стратегічних цілей діяльності. Воно узгоджує окремі фінансові цілі, координує їх з іншими цілями, забезпечує ефективний механізм управління фінансовою системою.

Список джерел:

1. **Онищенко С.В.** Фінансове планування – основний елемент управління фінансами підприємства // *Фінанси України*. – 2000. – № 9. – С. 58-62.
2. **Бердар М.М.** Фінанси підприємств. К.: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
3. *Фінанси підприємства / під ред. проф. А.М. Поддєрьогіна*. – К. : КНЕУ, 1999. – 538 с.

Бібліографія: КОЛІСНИК А.С., ВЛАСЕНКО В.А. Планування фінансової діяльності підприємства / А.С. КОЛІСНИК, В.А. ВЛАСЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 87-89

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ

Метою аналізу операцій з цінними паперами є визначення перспективних напрямків роботи банку на фондовому ринку. Першим етапом проведення аналізу операцій з цінними паперами є оцінка інвестиційної привабливості фондового ринку країни. Ця оцінка здійснюється за допомогою фондових рейтингів та індексів.

Постановка проблеми: розвиток фінансового ринку як механізму накопичення та інвестування капіталів - необхідна умова подолання кризових явищ в економіці України. Особливим сегментом фінансового ринку є ринок цінних паперів, який впливає не лише на перерозподіл власності, а й на рух вільних коштів між підприємствами різних видів економічної діяльності. Ринок цінних паперів також дає можливість інвесторам отримувати доходи не тільки від вкладання коштів безпосередньо у виробництво, а й від надання грошей у користування.

Головною проблемою є нерозвиненість самого ринку цінних паперів, то необхідно вдосконалювати його інфраструктуру, а також проводити ефективну державну політику щодо оподаткування операцій на ринку цінних паперів. Проте існують певні негативні фактори, які гальмують процес проведення банками операцій з цінними паперами і тому виникає потреба розробки шляхів їх подолання. Необхідно вдосконалювати законодавчу базу, яка регулює діяльність банків, а також створювати сприятливі умови для роботи банків з цінними паперами. Розвиток операцій з цінними паперами може стати одним із провідних елементів забезпечення інтеграції банківської системи України у світовий економічний простір.

Банки взагалі – це суто комерційні інститути, які в поточній діяльності реалізують передусім власні економічні інтереси. Найважливіше завдання

комерційного банку – максимізація вартості капіталу, тобто підвищення рівня доходів на кошти, що були вкладені в банк засновниками та акціонерами. Тому основним показником діяльності комерційного банку вважається прибутком як різниця між доходами від банківських операцій та витратами на їх здійснення. Головним принципом управління діяльністю банків виступає принцип: «купити дешевше – продати дорожче». Таким чином, політика і стратегія банку мають бути спрямовані на залучення фінансових ресурсів за найменшою вартістю та пошук найбільш доходних варіантів розміщення цих ресурсів при забезпеченні прийняттого рівня ризику проведення операцій.

Банківський аналіз вивчає не саму фінансову діяльність банку, а її економічні результати. Обумовленість економічних явищ і процесів причинним зв'язком потребує від аналізу вивчення факторів, що викликають зміни тих чи інших показників. За допомогою аналізу встановлюються найсуттєвіші факторні показники, які впливають на зміни результатів діяльності банку. Виявлення і вимірювання взаємозв'язку між показниками, що аналізуються, забезпечує комплексне, органічно взаємозв'язане дослідження роботи комерційного банку.

Розробкою методики оцінки та аналізу цінних паперів займалися західні вчені, такі як Дж. Вільямс М. Гордон, Г. Марковітц, Дж. Лінтнер, Дж. Тобін, Дж. Трейнор, В. Шарп. З появою фондових ринків у постсоціалістичних країнах проблематику інвестицій у цінні папери вивчають вчені - економісти І.А. Бланк, В.В. Ковальов, Ю.Я. Кравченко, О.В. Мертенс, Я.М. Міркін, О.М. Мозговий, Е.Л. Найман, А.А. Пересада, Л.О. Примостка, В.М. Суторміна, В.М.Федосов. Незважаючи на тривалі дискусії, що точаться серед науковців та практиків, єдиний підхід щодо систематизації методик аналізу цінних паперів поки що не опрацьований, і це перешкоджає їх впровадженню у практику українських банків.

Внутрішньобанківський аналіз операцій з цінними паперами починається з розрахунку показників динаміки та структури. Виходячи з критерію поділу портфеля цінних паперів комерційного банку на портфель на продаж та на

інвестиції, визначається частка і динаміка окремого виду цінних паперів. Наявність в портфелі банку значної частки державних цінних паперів свідчить про високий рівень ліквідності комерційного банку, але говорить про низьку доходність інвестиційного портфеля. При аналізі вкладень в доходні цінні папери важливим є визначення частки реінвестованих доходів від цінних паперів в загальній сумі доходів від операцій з цінними паперами та в сумі доходів по окремих напрямках вкладень.

Класифікація операцій за напрямками вкладень дасть можливість визначити найбільш сприятливу галузь чи регіон вкладання коштів банку. Крім того, необхідно розрахувати показники: питомої ваги придбаних цінних паперів за номіналом; питомої ваги викуплених банком цінних паперів до строку погашення та після строку погашення; обсяги операцій по зберіганню цінних паперів та їх доходність; обсяги і структуру консалтингових операцій; питому вагу посередницьких, розрахункових та реєстраторських операцій; частку дивідендів по акціях в доходах банку; частку дивідендів, виплачених акціями в процентах до кількості та суми; частку операцій по конвертуванню акцій; частку цінних паперів, що отримані в заставу по кредитних та інших операціях; частку позик, що надаються під заставу цінних паперів; частку гарантійних операцій; частку операцій по управлінню портфелем цінних паперів клієнтів банку.

Для повного аналізу потрібно зіставити обсяги операцій по кожному виду цінних паперів та доходи, які отримує банк від цих операцій. Крім того, необхідно розрахувати частку доходів по кожній послугі банку з цінними паперами в сукупних доходах від операцій з цінними паперами.

Наступним критерієм оцінки операцій з цінними паперами є рівень захисту комерційного банку від можливого ризику зниження балансової вартості цінних паперів. Тобто, необхідно проаналізувати сформовані резерви по операціям з цінними паперами.

Необхідним етапом аналізу портфеля цінних паперів невластивої емісії є визначення джерел здійснення цих операцій: за рахунок прибутку банку, за

рахунок інших власних коштів, за рахунок залучених ресурсів, за рахунок і за дорученням клієнтів. Такий поділ дає змогу визначити політику банку по фінансовим інвестиціям – чи це додаткове джерело доходів банку, чи це результат широкого кола послуг.

Список літератури:

1. **Станіславчук Н.О.** Аналіз банківської діяльності: Навч. посібник для студентів - Умань: ВПЦ «Візаві», 2018.- 191с.
2. **Роганова О.Я.** Облік та аналіз операцій банку з цінними паперами: дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / Київський національний економічний ун-т. - К., 2005. 52
3. **Коваленко В. В.** Система ризик-менеджменту кредитно – інвестиційної діяльності в банках / В. В. Коваленко, А. І. Грушицька // Інфраструктура ринку, 2019. – Вип. 37. – С. 584-590
4. **Сохацька О. М.** Фундаментальний та технічний аналіз цін товарних та фінансових активів / О. М. Сохацька, І. В. Роговська-Іщук, С. І. Вінницький. Київ: Кондор, 2012. – 302 с

Бібліографія: КОЛОНТАЄВСЬКИЙ Р.Г. Методика аналізу операцій комерційного банку з цінними паперами / Р.Г. КОЛОНТАЄВСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 90-93

МІЩЕНКО В.А., д.е.н., професор, кафедра обліку і фінансів, НТУ «ХПІ»

ЧАПАЙЛО В.В., докторант PhD, кафедра обліку і фінансів, НТУ «ХПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Цифровізація являється важливим напрямком розвитку всіх сфер економіки України, у тому числі й банківської системи. В цій системі цифровізація представляє собою комплекс сучасних інноваційних заходів економічного, організаційно-управлінського та інституційного характеру в будь-якій сфері функціонування банку. В умовах стрімко зростаючої конкуренції саме цифровізація сприяє розширенню клієнтської бази, збільшує частку ринку банківських послуг, скорочує всі види витрат, значно підвищує фінансову стійкість та безпеку банку. Цифровізацію банківської діяльності можна розглядати також в якості системи заходів, спрямованих на поглиблення співпраці з фінтех-стартапами. Мета такої співпраці віддзеркалює шляхи досягнення довгострокової стратегії розвитку, яка направлена на впровадження інноваційних методів роботи, створення нових банківських продуктів і послуг а також автоматизацію виробничого процесу в цілому. Всі ці довгострокові заходи спрямовані в кінцевому рахунку на збільшення і сегментне розширення клієнтської бази, а також підвищення конкурентоспроможності самого банку.

Цифровізація банківської діяльності є дуже складним процесом не дивлячись на те, що в цій сфері уже впроваджено багато елементів, які можна віднести до діджиталізації. Але поки що вони носять фрагментарний характер. Тому можна стверджувати, що цифровізація діяльності банків пов'язана й потребує проведення нових або трансформації уже проведених наукових досліджень і розробок, науково-технологічних досягнень, в першу чергу, у інноваційні або покращені банківські продукти й послуги. Це відноситься також і до оновлення або вдосконалення різних видів технологічного процесу, які використовуються безпосередньо в практичній діяльності самого банківського персоналу. Сюди включається і впровадження нових підходів до

реалізації продуктів і послуг. Особливо слід звернути увагу на необхідність не запізнитися з адаптацією такої реалізації до актуальних вимог клієнтів.

Однією з основних ознак привабливості цифрових банківських продуктів є висока дохідність, якість і надійність. Впровадження цифровізації в банківську діяльність спрямоване на збільшення прибутку через сучасні інноваційні різновиди фінансових технологій. До результатів цифровізації банківської діяльності можна віднести інноваційні продукти й послуги або продукти й послуги з новими якостями: 1) інноваційні проекти й програми; 2) інноваційні інтелектуальні продукти; 3) інноваційні сучасні технологічні процеси й обладнання; 4) інноваційні або удосконалені маркетингові підходи до формування ринку сучасних банківських продуктів і послуг.

В нинішніх умовах для менеджменту вітчизняних банків цифровізація діяльності потребує такого менеджерського стилю роботи, який повинен бути направлений в значній мірі на пошук нових і застосування більш ефективних діючих можливостей по залученню й використанню ресурсів з різних джерел для вирішення поставлених завдань, добиваючись при цьому бажаного результату при мінімальних витратах. Оскільки цифровізація потребує значних інвестицій, а більша частина вітчизняних банків мають обмежені власні фінансові джерела, то очевидним стає той факт, що значно підвищується важливість їх ефективного використання.

Впровадження цифровізації можна оцінювати різними видами ефектів: фінансовим, економічним, соціальним, екологічним, інноваційним, науково-технічним.... Доцільним є віднесення до узагальнюючих показників ефективності цифровізації, в першу чергу, фінансового соціального й екологічного ефектів. Інші їх види можуть розглядатися з точки зору вкладу кожного з них в досягнення кінцевих результатів діяльності банку.

Бібліографія: МІЩЕНКО В.А., ЧАПАЙЛО В.В. Особливості цифровізації в банківській діяльності / В.А. МІЩЕНКО, В.В. ЧАПАЙЛО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 94-95

ФІГУРА Д.-С. В., Львівський національний університет імені Івана Франка

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В БАНКУ

Управління фінансовими ресурсами та діловою діяльністю в сучасному банківському секторі вимагає вдосконаленої системи контролю та аналізу. Однією з ключових складових, яка дозволяє банкам ефективно управляти своєю діяльністю, є управлінський облік. Управлінський облік - це важлива підсистема бухгалтерського обліку, яка спеціалізується на зборі, аналізі та внутрішньому використанні фінансової інформації для прийняття стратегічних та оперативних рішень.

Управлінський облік в банку відіграє важливу роль у досягненні його стратегічних та оперативних цілей. Він дозволяє банку збирати та аналізувати фінансову інформацію для прийняття рішень, контролю ресурсів та оптимізації діяльності.

Однією з ключових функцій управлінського обліку є забезпечення внутрішньої інформації для прийняття стратегічних рішень. Він дозволяє керівництву банку аналізувати фінансовий стан, визначати ділові пріоритети та розробляти стратегії для досягнення цілей. Як зазначено в одному з актів:

"Управлінський облік надає керівництву банку необхідну інформацію для формулювання та реалізації стратегічних планів та цілей" (Банківський Закон).

Ця функція управлінського обліку є особливо важливою в умовах зростаючої конкуренції та швидких змін на фінансовому ринку. Банки повинні бути гнучкими та адаптивними, і управлінський облік допомагає їм адекватно реагувати на зміни та можливості.

З іншого боку, управлінський облік також виконує функцію контролю ресурсів та витрат. Він дозволяє банку відстежувати та аналізувати витрати, щоб ефективно розподіляти ресурси та підтримувати стійкість фінансової діяльності. Цитата з закону стосовно цього аспекту:

"Управлінський облік допомагає банку контролювати витрати та ресурси, щоб досягати фінансової ефективності" (Банківський Закон).

Управлінський облік також визначає підсистему бухгалтерського обліку, де внутрішня інформація банку обробляється та аналізується. Це дає можливість банку збирати інформацію, яка відображає його фінансовий стан, ризики та результати діяльності. Таким чином, управлінський облік сприяє розвитку системи бухгалтерського обліку банку.

Загальні питання організації управлінського обліку в банках включають встановлення стандартів та процедур, аналіз потреб банку та розробку планів для виконання цих завдань. Управлінський облік також вимагає залучення кваліфікованих кадрів та використання сучасних інформаційних технологій для ефективного збору та обробки інформації.

Значення управлінського обліку в господарському механізмі банків є важливим, оскільки він допомагає забезпечувати фінансову стійкість та успішність банку в умовах фінансового ринку, що змінюється. Управлінський облік допомагає банку бути конкурентоспроможним та ефективно виконувати свої функції на користь клієнтів і господарства в цілому.

Організація управлінського обліку в банку може бути здійснена різними способами, залежно від розміру та структури банку, його галузевих особливостей та стратегічних завдань. Важливо зазначити, що вибір підходу до організації управлінського обліку може значно вплинути на ефективність фінансового управління та прийняття рішень. Давайте розглянемо декілька типів організації управлінського обліку та їх переваги та недоліки.

1. Централізований підхід: У централізованій системі управлінського обліку, фінансова інформація збирається і обробляється централізовано, зазвичай на рівні головного офісу банку. Це дозволяє забезпечити єдність стандартів та процедур, а також забезпечує головному керівництву більший контроль над фінансовою інформацією. Наприклад, відповідно до дослідження Deloitte: "Централізована модель управлінського обліку дозволяє забезпечити стандартизацію та консолідацію фінансової інформації банку, що полегшує

прийняття консолідованих стратегічних рішень."

2. Децентралізований підхід: В децентралізованій системі управлінського обліку, філіали та підрозділи банку мають значний ступінь автономії у зборі та аналізі фінансової інформації. Це дозволяє більшій кількості внутрішніх користувачів бути ближче до процесу управління та прийняття рішень. Проте цей підхід може призвести до незначних розбіжностей у фінансовій звітності та потребує встановлення чітких стандартів.

3. Змішаний підхід: Змішаний підхід поєднує елементи як централізації, так і децентралізації. Наприклад, певні аспекти фінансового обліку можуть бути централізованими, тоді як інші - децентралізованими. Цей підхід надає більшу гнучкість та може бути використаний для забезпечення балансу між єдністю стандартів та потребами різних підрозділів.

Вибір типу організації управлінського обліку в банку є важливим завданням, і він повинен бути обумовлений конкретними потребами та стратегічними цілями банку. Наприклад, великі міжнародні банки можуть користуватися централізованим підходом для забезпечення глобальної єдності управлінського обліку, тоді як місцеві банки можуть більше спиратися на децентралізований підхід для врахування місцевих особливостей.

Особисто я вважаю, що змішаний підхід може бути найбільш оптимальним, оскільки він дозволяє поєднати переваги обох підходів та адаптувати систему управлінського обліку до конкретних потреб банку. Важливо також пам'ятати, що незалежно від обраного підходу, дотримання стандартів і контроль за якістю фінансової інформації є вирішальними аспектами для забезпечення ефективного управління в банку.

Управлінський облік банку передбачає систематичний аналіз і управління витратами, які виникають в процесі його діяльності. Класифікація витрат грає ключову роль у цьому процесі. Для початку, давайте розглянемо різні параметри, за якими можна класифікувати витрати банку.

1. За функціональним призначенням: Витрати банку можуть бути пов'язані з різними функціями, які він виконує. Наприклад, це може включати

витрати на обслуговування клієнтів, видачу кредитів, роботу з фінансовими інструментами, маркетинг та рекламу тощо. Класифікація витрат за функціональним призначенням допомагає банку краще розуміти, де його ресурси витрачаються і як можна оптимізувати витрати в кожній з цих сфер.

2. За характером витрат: Витрати можуть бути постійними або змінними, прямими або опосередкованими. Постійні витрати, які залишаються сталими незалежно від обсягу діяльності банку, можуть включати, наприклад, витрати на оренду приміщень. Змінні витрати можуть змінюватися в залежності від обсягу діяльності. Ця класифікація допомагає банку краще планувати і керувати своїми фінансами в залежності від змін обсягу бізнесу.

3. За об'єктом витрат: Витрати можуть бути пов'язані з різними об'єктами в банку, такими як клієнти, фінансові інструменти, персонал, обладнання та інше. Наприклад, витрати на обслуговування клієнтів можуть включати витрати на підтримку клієнтських облікових записів та надання послуг клієнтам. Ця класифікація допомагає банку визначити, де його головні ресурси та ризики.

Для ефективного управління витратами банку необхідна система обліку та калькулювання витрат. Банки використовують різні методи обліку, такі як витрати на допоміжні послуги, витрати на оплату праці персоналу, аналіз капітальних вкладень та багато інших. Аналітичні процедури в управлінському обліку допомагають банку ретельно аналізувати і контролювати витрати, ідентифікувати можливість їх зменшення та виявити та вирішити проблеми, пов'язані з неефективними витратами.

Давайте розглянемо приклад. Банк вирішує впровадити новий онлайн-сервіс для своїх клієнтів. Це призведе до збільшення витрат на розробку програмного забезпечення та технічну підтримку. Однак цей сервіс також може збільшити клієнтську базу та прибуток. Управлінський облік допомагає оцінити вплив цих витрат на фінансові показники та прийняти обгрунтоване рішення щодо цього проекту.

Аналітичні процедури в управлінському обліку включають в себе аналіз

фінансової інформації з метою виявлення тенденцій, ризиків та можливостей. Наприклад, аналіз витрат за роками може допомогти виявити зростання або зменшення витрат та ідентифікувати фактори, які впливають на ці зміни. Аналіз можливих варіантів розвитку подій також допомагає банку робити інформовані рішення.

Важливо враховувати, що організація управлінського обліку в банку - це процес, який повинен бути адаптованим до конкретних потреб та цілей банку. Класифікація витрат та система обліку повинні бути підлаштовані під конкретні умови та стратегію банку. Важливо пам'ятати, що управлінський облік - це інструмент, який допомагає банку досягати своїх цілей та бути більш конкурентоспроможним на ринку.

Управлінська звітність є важливим інструментом, що надає інформацію для внутрішнього управління банком. Вона визначається як система інформації, яка надається керівництву банку для прийняття управлінських рішень. Основною метою управлінської звітності є забезпечення управлінцям фінансової інформації, яка допомагає їм приймати обгрунтовані рішення щодо внутрішнього управління та стратегічного планування.

Ось деякі аргументи, які підтверджують її важливість:

1. Покращення процесів прийняття рішень: Управлінська звітність надає керівництву банку актуальну інформацію, яка допомагає приймати обгрунтовані рішення. Наприклад, звіти про прибуток та збитки дозволяють оцінити фінансові результати та визначити, які стратегії працюють найкраще. Це сприяє покращенню рішень щодо інвестування, кредитування та управління ризиками.

2. Внутрішній контроль та виявлення ризиків: Управлінська звітність допомагає виявляти фінансові ризики та можливі проблеми в роботі банку. Керівництво може вчасно реагувати на них та приймати заходи для зниження ризиків. Наприклад, аналітичні звіти про портфель кредитів допомагають виявити клієнтів з поганою кредитною історією та вжити відповідних заходів.

3. Підвищення внутрішньої ефективності: Управлінська звітність

дозволяє банку аналізувати витрати та виділяти ресурси до найбільш важливих напрямків. За допомогою цієї інформації банк може оптимізувати свою діяльність та підвищити внутрішню ефективність.

4. Забезпечення дотримання вимог регуляторів: Управлінська звітність відіграє важливу роль у забезпеченні дотримання банком вимог регуляторів та законодавства. Вона надає інформацію, яка необхідна для подання звітів органам нагляду та ведення аудиту.

Також для підтвердження цієї тези, можемо розглянути приклад. Припустимо, що банк має на меті розширення своєї діяльності та відкриття нових філій. Управлінська звітність надає інформацію про фінансовий стан банку, ризики та здатність до розширення. На підставі цієї інформації, керівництво банку може приймати рішення про розміщення ресурсів, визначення потреби в капіталі, та визначення стратегії розвитку.

Законодавство також підтримує важливість управлінської звітності. Наприклад, в багатьох країнах існують вимоги щодо звітування перед банківським наглядом та регуляторами. Ці норми дозволяють банкам забезпечити прозорість та відповідність фінансової діяльності до встановлених стандартів.

Важливою частиною управлінської звітності є аналітичні процедури, які дозволяють керівництву банку отримувати глибокий розбір фінансових показників. Наприклад, аналіз рентабельності окремих продуктів або послуг банку може виявити ті, які приносять найбільший прибуток, або навпаки, які вимагають додаткових витрат.

Отже, управлінська звітність є необхідною для ефективного управління банком, вона надає інформацію, яка допомагає вирішувати стратегічні та оперативні завдання та підтримується законодавством.

Список літератури:

1. *Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., & Foster, G.* (2008). Management and cost accounting. Pearson UK.
2. Deloitte. (2018). Centralized and decentralized finance functions: A cross-industry comparison.
3. *Drury, C.* (2013). Management and Cost Accounting. Cengage Learning.
4. International Financial Reporting Standards (IFRS). (n.d.). Retrieved from <https://www.ifrs.org/>
5. *А. С. Романенко, В. В. Боровик, О. В. Бондаренко.* (2019). *Управлінський облік: організація

та практика в банках*. Київ: КНЕУ

6. **Грушко, В. В.** (2015). Бухгалтерський облік і аналіз у банках. Київ: КНЕУ.
7. **К. М. Волкова, Н. І. Гаврилюк, І. В. Колодяжна.** (2018). *Організація управлінського обліку в банку*. Журнал "Фінанси України"
8. **Колесник, І. М.** (2019). Організація управлінського обліку в банках: методологія та практика. Львів: Видавництво Львівської політехніки
9. **Кучерук, О. П., & Білокопитова, І. О.** (2018). Фінансовий облік та звітність у банківській справі. Київ: Знання
10. **Стеценко, О. В.** (2020). Управлінський облік та аналіз в банківській справі: сучасний підхід. Київ: КНЕУ
11. **Шевченко, О. М.** (2017). Управлінський облік і аналіз в банківській справі. Київ: Альтерпрес.

Бібліографія: ФІГУРА Д.-С. В. Організація управлінського обліку в банку / Д.-С. В. ФІГУРА //

Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 96-102

ТКАЧУК Н.М., кан. екон. наук., доцент, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ОЗНАКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ ЯК СИСТЕМИ

Розвиток наукових знань базується на засадах системного аналізу, а поняття системи є загальним для теорії систем і економіки. На сьогодні поняття системи має широке застосування в різних галузях економіки й характеризується різноаспектним трактуванням її сутності: від дослідження окремих об'єктів, наприклад банків, до формування спеціального інструментарію дослідження різних економічних процесів: системного аналізу, системного підходу тощо.

В центрі нашого дослідження є банківська система, що складається із сукупності самостійних елементів – банків, то враховуючи головні характеристики системи, розкриємо основні її ознаки системності. Не заглиблюючись в усі визначення поняття «система» зазначимо, що в найбільш загальному та широкому сенсі під системою розуміють «упорядковану сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, об'єктів, процесів, що змінюються в часі» [1]. При цьому, сукупність елементів повинна володіти основними ознаками системності. Банківська система відповідає цим вимогам, оскільки в повній мірі наявні головні ознаки системності, а саме:

- цілісність – система виступає цілісною сукупністю елементів, тобто, з одного боку, система - це цілісне утворення, а, з іншого боку, - в її складі завжди можна виділити цілісні частини (елементи);

- наявність стійких зв'язків (відносин) між елементами, або (і) їх властивостями, означає те, що система може існувати як цілісність лише за умови, що сила існуючих зв'язків між елементами системи у відповідний часовий проміжок значно більша, аніж сила зв'язку цих же елементів із зовнішнім середовищем;

- організація та самоорганізація передбачає наявність

альтернативних шляхів функціонування та розвитку системи за умови зниження ступеня невизначеності (ентропії) системи в порівнянні з невизначеністю системоутворюючих факторів;

- емерджентність – це наявність таких властивостей системи, які притаманні лише їй в цілому й не властиві жодному з її елементів зокрема;

- цільова спрямованість банківської системи означає наявність мети та цілей її функціонування;

- ієрархічність означає те, що система має перебувати на певному рівні ієрархії: бути елементом системи вищого рівня і в той же час складатися з підпорядкованих їй систем нижчого рівня;

- інтегративність передбачає наявність у системи власних характеристик, що виникають в процесі кооперації її підсистем і які відсутні в її елементів;

- комунікативність означає те, що банківська система пов'язана безліччю зв'язків і комунікації з іншими суб'єктами ринку та із зовнішнім середовищем свого функціонування;

- адаптивність передбачає прагнення банківської системи до стану рівноваги на основі швидкої адаптації її елементів до змін параметрів зовнішнього середовища;

- стійкість передбачає її гнучкість до впливу зовнішніх факторів, здатність до самозбереження і стабільності важливих параметрів розвитку.

Тому вважаємо, що банківську систему слід розглядати як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, якими виступають банки; цілісну, керовану, динамічну систему, що підпорядкована досягненню певної мети; складну, структуровану, цілісну сукупність різних за формою власності, організації та характером операцій банків, яка історично склалася на основі законодавства країни та яка постійно трансформується відповідно до внутрішніх закономірностей розвитку та зовнішніх впливів.

Список літ ерат ури:

1. *Bertalanffy L.* History and status of general systems theory. System study. Yearbook 1973 .

Бібліографія: *ТКАЧУК Н.М. Ознаки банківської системи як системи / Н.М. ТКАЧУК //* Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 103-105

ЛАГОДА Ю.І., аспірант, НТУ «ХП»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БАНКІВСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ

Сучасний стан розвитку фінансово-економічних відносин в Україні вимагає від підприємств різних сфер діяльності створення ефективного механізму інноваційного розвитку. Для банківського сектору невід'ємним елементом системи забезпечення функціонування такого механізму має бути формування відповідної інвестиційної стратегії банку [1].

Теоретичні та методичні аспекти формування інвестиційної стратегії компанії досліджувалися багатьма науковцями, серед яких: Л. Галько, О. Данкеєва, Г. Гайдай, О. Каут, С. Дунайчук, Л. Бушовська, О. Горяча, О. В. Рижко, Т.С. Задніпрянна, Т.В. Полозова та інші. Проте, потребують більш детального розкриття питання теоретичного забезпечення формування інвестиційної стратегії банку.

Сучасна практика функціонування фінансово-кредитних установ показує, що забезпечення ефективної роботи та збільшення доходів банку в значній мірі залежить від здійснення ним інвестиційної діяльності. Банк здійснює інвестиційну діяльність, ґрунтуючись на наявній потребі в межах цільової орієнтації його бізнес-стратегії.

Комплексний підхід до реалізації власної моделі інвестиційної поведінки виражається в тому, що банк не тільки забезпечує фінансування потреб власної операційної діяльності та сприяє технологічному оновленню, але й підтримує платоспроможність та формує свої конкурентні переваги на ринку надання фінансових послуг [2].

Інвестиційна стратегія комерційних банків є різновидом інвестиційної стратегії, однак, в науковій вітчизняній економічній літературі та в українському законодавстві не існує єдиного підходу до визначення даного поняття.

Деякі науковці визначають, що інвестиційна стратегія банків пов'язана виключно з операціями інвестування в цінні папери, інші акцентують увагу на розміщенні коштів на певний термін з метою одержання доходу.

На рівень інвестиційної діяльності банків впливають внутрішні та зовнішні чинники. Виходячи з їх характеристики, можна зробити висновок, що внутрішні чинники слугують найбільш значущими факторами формування інвестиційного портфеля банку та є визначальними компонентами формування банківської інвестиційної стратегії [3].

Натомість, рівень ризиковості інвестиційного портфеля банку залежить від зовнішніх чинників. Наприклад, за умови стабільної ситуації в економіці держави банки ефективно працюють з іншими юридичними особами, розміщують акції на фондовому ринку, що в свою чергу дозволяє забезпечити стабільність економічної системи і підвищити ефективність інвестиційної діяльності банків в цілому.

Таким чином, грамотна інноваційна стратегія банку - це спосіб досягнення банком своєї мети, яка визначає його поведінку в конкурентному середовищі, а також взаємодією внутрішніх компонентів банку, які знаходяться на різних рівнях його управління. Це надає можливість встановлювати орієнтири, правила, звужує варіанти вибору поведінки щодо вирішення суперечностей у рамках заданих обмежень, а також виконує роль засобу координації всіх ієрархічних рівнів банківської установи і виступає таким чином як управлінський інструмент системи менеджменту.

Список літератури:

1. **Рогальська Н. Г.** Стратегічний аналіз кредитно-інвестиційної діяльності комерційних банків України. *Економічні інновації*. №54. 2013. С. 355-360.
2. **Хаванова М. С.** Види фінансової стратегії підприємства. *Вчені записки університету «КРОК»*. Серія : Економіка. 2016. №33. С. 223-228.
3. **Смолінська С. Д., Самбірська О. Р.** Аналіз кредитно-інвестиційної діяльності банку. *Econotics*. №2. 2019. С. 115-116.

Бібліографія: **ЛАГОДА Ю.І.** Теоретичні аспекти формування інвестиційної банківської стратегії / **Ю.І. ЛАГОДА** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 106-107

ЛИТВИНОВ І.Ю., аспірант НТУ «ХП»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Банківський сектор країни за своєю природою є специфічним. У сьогоденних обставинах він функціонує та розвивається в умовах нестабільної загальноекономічної ситуації, що суттєво впливає на ефективність банківської діяльності в цілому [1].

Фінансова стійкість банку – є однією з пріоритетних передумов розвитку та стабільної діяльності як окремого банку, так і банківської системи в цілому. У сучасній економічній конфігурації, яка характеризується кризовими явищами в багатьох сферах економіки, особливої актуальності набуває завдання розкриття теоретичних засад щодо забезпечення фінансової стійкості комерційного банку.

Проблемама аналізу, оцінки та забезпечення фінансової стійкості банку значну увагу приділяли такі зарубіжні та вітчизняні науковці: О. Вінниченко [1], Ю. Довгаль, В. Пантелєєв, С. Халява, В. Варцаба [2], А. Максимова, І. Медведєва [2], Н. Шульга, О. Прутська, Л. Белянко, Є. Гарбар [3] та ін. Зважаючи на досить велику кількість досліджень, питання теоретичного висвітлення щодо досягнення фінансової стійкості залишає ряд аспектів відкритими для дискусії.

Перелік ключових факторів впливу на фінансову стійкість вітчизняного банківського сектора можна сформулювати таким чином: політична та економічна нестабільність, девальвація національної грошової одиниці; зростання рівня недовіри до банків; суперечливість механізму рефінансування банків; подорожчання кредитних ресурсів; погіршення якості кредитного портфеля; низька ефективність ризик-менеджменту у банківських установах, тощо [2].

До головних складових фінансової стійкості можна віднести: якість

активів та ліквідність, достатність капіталу, рентабельність та платоспроможність [3].

За багатьма причинами забезпечення фінансової стійкості банку досягається завдяки ефективному регулюванню та використанню внутрішніх методів забезпечення фінансової стійкості. Найбільшого розповсюдження набули методи оцінки фінансового стану банку, які ґрунтуються на аналізі коефіцієнтів та інтегральні методи оцінки.

Крім методів, для забезпечення фінансової стійкості комерційного банку необхідно враховувати такі параметри: соціально-політична ситуація в країні, її загальноекономічні показники розвитку, нормативно-правове середовище забезпечення фінансової стійкості, стан фінансового ринку, ступінь внутрішньої стійкості банківських установ, тощо. В свою чергу, на соціально-політичну ситуацію в країні впливає рівень соціальної стабільності в суспільстві, політична ситуація, фінансово-економічна і соціальна модель розвитку, стратегічні перспективи.

Таким чином, в основі забезпечення фінансової стійкості банку знаходиться комплексність теоретичного обґрунтування та розвиненість його зв'язків з іншими суб'єктами ринкової інфраструктури.

Список літератури:

1. **Вінниченко О. В., Громакова В. В.** Теоретичні аспекти фінансової стійкості банку. *Бізнес Інформ*. 2020. №5. С. 375–381.
2. **Варцаба В. І.** Проблеми забезпечення фінансової стійкості банківської системи України. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2018. Вип. 1. С. 311–316.
3. **Гарбар Є. С.** Фактори впливу на фінансову стійкість банку в умовах нестабільного економічного середовища. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 1. С. 184–187.

Бібліографія: **ЛИТВИНОВ І.Ю.** Теоретичні засади забезпечення фінансової стійкості комерційного банку / **І.Ю. ЛИТВИНОВ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 108-109

ПЕТРУЧЕНКО Ю.М., аспірант НТУ «ХПІ»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЮ КОМПАНІЇ

В умовах постійних змін конкурентного середовища перед кожним підприємством постає завдання оцінки своєї конкурентоспроможності, з метою посилення конкурентних переваг на ринку та розробки напрямів їх підвищення [1].

Проблематику управління кредитоспроможністю підприємств широко висвітлювали у своїх працях такі вчені, як: В. Борисова, Е. Брігхем, Л. Гапенські, М. Дем'яненко, П. Гайдуцький, В. Жук, П. Роуз, Дж. Ф. Сінкі, Ю. Лупенко, М. Малік, А. Мороз, О. Непочатенко, О. Петрук, П. Саблук, В. Галасюк, А. Градов, М. Ковбасюк, Л. Белих, Я. Чайковський, В. Смоляк та інші. Проте дана сфера досліджень з теоретичної точки зору залишається і сьогодні актуальною.

Кредитоспроможність можна визначити як наявність у потенційного позичальника передумов для отримання кредиту і здатність повернути його. Іншими словами, це здатність підприємства в повному обсязі й у визначеній кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями. Кредитоспроможність позичальника визначається рядом показників, які характеризують його послідовність, акуратність та обов'язковість при розрахунках по раніше отриманих кредитах, його поточне фінансове становище, спроможність за необхідності мобілізувати кошти з різних джерел, тощо [2].

Компанія може вважатися кредитоспроможною за наявності у неї можливостей для одержання кредиту і здатності своєчасно повернути взятую позику з оплатою нарахованих відсотків за користування фінансовими ресурсами. Поняття кредитоспроможності тісно пов'язано з необхідністю забезпечення фінансової стійкості компанії. Вона характеризується тим,

наскільки компанія в установлений термін і в повному обсязі може розраховуватися за раніше отримані кредити, чи може вона за необхідності мобілізувати кошти з різних джерел, тощо. Однак, найбільш важливою особливістю, яка визначає кредитоспроможність, виступає поточний фінансовий стан компанії, а також можливі перспективи його зміни. Крім цього, існує взаємозв'язок між кредитоспроможністю компанії та її рентабельністю. Так, якщо рентабельність компанії знижується, зменшується також і її кредитоспроможність [3].

В системі фінансового управління конкурентоспроможність компанії є об'єктом, який об'єднує взаємозалежні елементи, до яких можна включити: внутрішнє середовище підприємства, його споживачі, конкуренти, які в сукупності націлені на вирішення задачі укріплення конкурентних позицій, збереження існуючих і нарощування нових конкурентних переваг [1].

Таким чином, фінансове управління кредитоспроможністю на підприємстві має носити безперервний характер, здійснюватися на основі ґрунтовного аналізу цільової сумісності діяльності в розрізі окремих підрозділів, наукових підходів до методів обстеження та управління. Ефективне управління кредитоспроможністю компанії вимагає створення ґрунтовного теоретичного базису, який дозволить проводити якісний ретроспективний і перспективний аналіз, спрямований на покращення конкурентних позицій компанії.

Список літератури:

1. **Борисюк І.О., Мельник К.О.** Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства. *Modern Economics*. 2018. Вип. 12. С. 6-11.
2. **Гагауз В.М.** Трансформація стандартів оцінки забезпечення позичок. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. Випуск 10. Ч. 1. С. 181–184.
3. **Губарєв О.О., Пономарьова А.Ю.** Удосконалення управління кредитоспроможністю підприємств. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*, №21 (2020), 52-58.

Бібліографія: **ПЕТРУЧЕНКО Ю.М.** Теоретичні аспекти фінансового управління кредитоспроможністю компанії / **Ю.М. ПЕТРУЧЕНКО** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 110-111

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

В сьогоденнішніх умовах господарювання фінанси здійснюють безпосередній вплив на забезпечення сталого розвитку та вирішення проблем щодо економічної стабілізації діяльності підприємств різних форм власності, зокрема, акціонерних товариств. Зростання значущості вирішення проблем, пов'язаних із забезпеченням товариства необхідними фінансовими ресурсами та ефективного управління ними обумовлює підвищення ролі фінансової стратегії як дієвого інструменту стратегічного управління фінансовими процесами акціонерного товариства [1].

Теоретичні засади щодо розробки фінансової стратегії, її змісту та класифікаційних ознак відображені в публікаціях вітчизняних і зарубіжних авторів: В.І. Аранчія, І.О. Бланка [2], Ю.В. Дворнікової, О.П. Зорі, П.М. Макаренка, О.В. Маковоза, А.І. Петрової, І.Й. Плікуса, Т.Є. Шевченка, О.В. Шраменка, В.А. Янковської та інших. При цьому, зважаючи на значні здобутки у вивченні фінансової стратегії, не існує єдиного, загальноприйнятого підходу до визначення сутності цього поняття.

Необхідно зазначити, що у вітчизняній науці та практиці управління фінансова стратегія є відносно новим поняттям. Разом з цим, слід зазначити, що в американській та європейській літературі з фінансового управління [2] поняття «фінансова стратегія» практично не використовують. Натомість, зарубіжні науковці у своїх дослідженнях звертаються до таких дефініцій, як: «фінансове планування» [2], «довгострокові інвестиційні рішення» [3], «управління структурою капіталу» [4].

Особливий підхід до тлумачення фінансової стратегії в контексті стратегічного управління, де цей термін розглядається виключно як різновид функціональних стратегій.

Фінансова стратегія акціонерного товариства має встановити об'єкти, послідовність процесів, суб'єктів, які відповідають за її формування і реалізацію, механізми, що забезпечують досягнення цілей з огляду на задані обмеження, і через фінансові ресурси буде виконувати роль інструментарію для координації інших функціональних стратегій.

Фінансова стратегія спрямована на визначення довгострокових цілей в межах фінансової діяльності та вибір найбільш ефективних способів їх досягнення. Цілі фінансової стратегії мають бути узгодженими та підпорядкованими загальній стратегії економічного розвитку, їх головне спрямування - на максимізацію прибутку та ринкової вартості акціонерного товариства.

Успіх реалізації фінансової стратегії акціонерного товариства залежить від ряду факторів: гнучкості цінової політики, створення брендової торгової марки, залучення передових позицій в наукових досягненнях, постійне вдосконалення технології, тощо.

Тобто, можна зазначити, що фінансова стратегія акціонерного товариства виступає дуже важливою складовою комплексного стратегічного планування. Тому, чітке розуміння сутності цього поняття, основних завдань і пріоритетів реалізації має сприяти ефективному використанню всіх наявних ресурсів для досягнення поставлених завдань фінансової стратегії на практиці.

Список літератури:

1. **Бруслиновська І.В., Матвійчук В.В.** Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. *Економіка і організація управління*. №3. 2018. С. 100-111.
2. **Бланк І.А.** Фінансовий менеджмент: навчальний курс. 2-е видавництво, перероб. і доп. К.: Ельга, Ніка-Центр, 2013.
3. **Васенко В. К.** Фінансова діагностика і санація діяльності підприємства: моногр. *Східноєвроп. ун-т економіки і менедж.* Черкаси, 2009. 203 с.
4. **Гавриленко П.П.** Удосконалення фінансового менеджменту в контексті інноваційного розвитку підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Випуск 25,4. С. 199-204.

Бібліографія: СЕМЕНОВ К.О. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії акціонерного товариства / **К.О. СЕМЕНОВ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 112-113

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ПРОГРАМ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Найоптимальнішим методом здійснення видатків розвитку в державі є реалізація державних цільових програм для ефективного розвитку національної економіки. Державна цільова програма – це комплекс системних науково обґрунтованих завдань і заходів, спрямованих на отримання позитивних результатів (ефектів) розвитку держави, соціуму, галузей економіки, адміністративно-територіальних одиниць, що здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України, інших надходжень максимально ефективними методами при збалансованому забезпеченні ресурсами і ефективному розвитку виробництва, узгоджений за строками проведення та виконавцями. Державна цільова програма при вдалому поєднанні фінансових, людських ресурсів, наукових знань та прийнятті ефективних управлінських рішень є дієвим інструментом інноваційно-інвестиційного розвитку держави.

Виокремлення ознак, що характеризують цільове програмування як економічну категорію, дозволить в подальшому детально вивчати такі особливості цільового програмування, як галузева спрямованість, дієвість, масштаби, об'єкти, способи реалізації та джерела фінансування.

Важливою складовою дослідження цільового програмування є обґрунтування доцільності здійснення державних видатків на вже існуючі цільові програми за допомогою комплексу економічних, соціальних та інших змішаних індикаторів. Дані дослідження в подальшому стануть дієвою базою для розроблення стратегічного плану розвитку країни в цілому та запорукою ефективності здійснення державних витрат.

Результати оцінки ефективності бюджетних програм є підставою для прийняття управлінських рішень, зокрема:

- 1) внесення в установленому порядку змін до бюджетних призначень

поточного бюджетного періоду;

2) внесення відповідних пропозицій до проекту бюджету на плановий бюджетний період та до прогнозу бюджету на наступні за плановим два бюджетні періоди;

3) внесення пропозицій, включаючи зупинення реалізації відповідних бюджетних програм, у випадку невикористання коштів або неефективного використання коштів.

Бібліографія: БІСЬКИЙ С.Н. Особливості державних цільових програм як інструменту розвитку економіки / С.Н. БІСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 114-115

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Для забезпечення економічного зростання регіону важливим є розв'язання питання щодо здатності мобілізувати фінансові ресурси та використати їх із найбільшим соціальним і економічним ефектом. Для цього необхідно визначити відмінність між потенційно можливими фінансовими ресурсами і тими, що є в наявності. Необхідність досягнення економічної стабільності у країні передбачає оптимізацію процедур формування бюджетного потенціалу регіону, основою якої має стати дослідження, починаючи від аналізу основних тенденцій становлення до характеристики сучасних особливостей формування бюджетного потенціалу регіону.

В результаті систематизації світового досвіду визначено основні тенденції формування доходів місцевих бюджетів у контексті можливості їх застосування у вітчизняній практиці, що дозволило ідентифікувати необхідні і достатні умови формування та напрями розвитку бюджетного потенціалу регіону України:

- 1) закріплення за місцевими бюджетами частки відрахувань від непрямих податків (ПДВ, акцизний податок), які в Україні в повному обсязі зараховуються до державного бюджету;
- 2) зарахування до місцевих бюджетів соціальних податків, які є аналогом позабюджетного платежу в Україні – єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;
- 3) активна участь в розподілі грантів від міжнародних організацій, які є суттєвим джерелом фінансування місцевих програм.

Проведений порівняльний аналіз зарубіжного досвіду та вітчизняної практики дозволяє узагальнити об'єктивні передумови нарощення доходів місцевих бюджетів, які будуть використані при побудові структурно-

компонентного підходу до формування бюджетного потенціалу регіону.

Бібліографія: КІКВАДЗЕ Д.А. Особливості формування бюджетного потенціалу регіону / Д.А. КІКВАДЗЕ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 116-117

СТРОКОВ Є.М., к.е.н., доцент, кафедра обліку і фінансів, НТУ «ХП»

КУЗНЕЦОВ С.В., аспірант, кафедра обліку і фінансів, НТУ «ХП»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ І ТЕХНОЛОГІЙ

Оцінювання ефективності використання фінансових інструментів і технологій у контексті цифрової трансформації є дуже актуальним завданням в сучасному світі. Оцінювання фінансових інструментів - це процес визначення їхньої вартості або ефективності для прийняття рішень щодо їхнього використання. Цей процес може включати в себе різні методи та підходи, залежно від типу фінансового інструменту та конкретних цілей оцінки. В ході проведеного теоретичного дослідження науково-практичної літератури було виявлено і окреслено деякі ключові аспекти, які підкреслюють актуальність цього підходу:

1. Швидкі зміни технологій. Сучасний бізнес стикається зі швидкими та неперервними змінами в області технологій. Використання цифрових інструментів може суттєво вплинути на ефективність фінансових процесів, і компанії повинні постійно оцінювати свої практики для впровадження передових технологій та стратегій.

2. Підвищення конкуренції. В умовах цифрової трансформації багато компаній впроваджують нові технології для покращення своєї конкурентоспроможності. Відсутність ефективних фінансових інструментів може призвести до втрат конкурентної переваги.

3. Необхідність адаптації до змін ринкових умов. Ринкові умови постійно змінюються, і компанії повинні швидко адаптуватися до нових умов для збереження стійкості та розвитку. Використання сучасних фінансових інструментів може полегшити цей процес.

4. Підвищення точності прийняття рішень. Цифрові технології

дозволяють збирати та аналізувати величезні обсяги даних в реальному часі. Це поліпшує точність та об'єктивність процесу прийняття рішень у фінансовій сфері.

5. Потреба в ефективності ресурсів. Цифрові інструменти можуть допомогти оптимізувати використання фінансових ресурсів та підвищити їх ефективність, що особливо важливо в умовах зростаючого попиту на ефективне використання ресурсів.

6. Кібербезпека. В умовах цифрової трансформації, де зростає кількість цифрових платформ та обміну даними, забезпечення кібербезпеки фінансових інструментів стає особливо важливим аспектом, щоб захистити конфіденційні дані та запобігти фінансовим ризикам.

Загалом, оцінка ефективності використання фінансових інструментів та технологій у контексті цифрової трансформації є необхідною для забезпечення сталого розвитку компаній та адаптації до сучасних умов бізнес-середовища. Загальною метою є створення гнучких та інноваційних фінансових стратегій, які враховують особливості цифрового середовища та сприяють стійкому розвитку бізнесу в нових умовах.

Список літератури:

1. **Шулюк Б.** (2022) Методика оцінювання результативності фінансових інструментів і важелів державно-приватного партнерства: полеміка в науковому середовищі. *Вісник економіки*. Вип. 4. С. 74-83.
2. **Aswath Damodaran** (2011) *Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance*. Wiley Finance. John Wiley & Sons
3. **Benjamin Graham & David Dodd** (2023) *Security Analysis* 7th ed. McGraw-Hill
4. **Crowe, Jonathan & Bradshaw, Tony.** (2023). *Financial instruments*.
5. **John C. Hull** (2014) *Options, Futures, and Other Derivatives*. 9th Edition. Pearson.
6. **Zheng, Jiaying.** (2019). *A Brief Analysis of Derivative Financial Instrument Accounting and China's Countermeasures*. Finance and Market.
7. **Wan, Zhaohan.** (2023). *Challenges and Opportunities Presented by Modern Financial Instruments to Accounting Standards and Statements*. *Frontiers in Business, Economics and Management*.
8. **WEF (2021).** "Decentralized Finance (DeFi) Policy-Maker Toolkit". World Economic Forum.

Бібліографія: СТРОКОВ Є.М., КУЗНЕЦОВ С.В. Теоретичні аспекти оцінювання ефективності використання фінансових інструментів і технологій / **Є.М. СТРОКОВ, С.В. КУЗНЕЦОВ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 118-119

ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ ЯК СУБ'ЄКТИ ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН

Фінанси – основа більшості відносин у тогочасному суспільстві. Фінансові відносини використовуються для опису будь якої форми взаємодії під час торгівлі активами. У випадку із територіальними громадами, така форма передбачає полегшення формування капіталу, залучення загальноживаних інструментів, що здатні реалізувати окремі напрями діяльності зацікавлених груп з метою фінансового, економічного, соціального та інших видів розвитку.

Сьогодні та умови, що ним спричинені надають нову можливість та нові горизонти для самоврядування на місцевому рівні та для територіальних громад, що недавно об'єдналися і яким доцільно детально розібратися у суті та значенні місцевих фінансів, в особливостях їх функціонування, навчитися аналізувати явища і процеси щодо формування, розподілу та використання різних грошових фондів, коректно обирати засоби і методи для найбільш ефективного використання місцевих фінансів, що відповідно впливає на стан соціально-економічного розвитку усієї громади. Усі підприємства, установи та населення, які знаходяться на території ТГ через місцеві фінанси співпрацюють з органами місцевого самоврядування. Позитивний ефект може спостерігатися при можливості місцевої влади вирішувати поточні проблеми з використанням власних ресурсів. Для територіальної громади важливо вдало використовувати свої можливості щоб розвиватись. З розширеної території до місцевого бюджету можна, з одного боку, зібрати значніші фінансові кошти, а з іншого – забезпечити громаду роботою, що у свою чергу вплине на добробут людей, на бажання мешкати у цій громаді та розвиватись. ТГ може стати потужним суб'єктом фінансових правовідносин за рахунок розширення сфер її участі в цих відносинах, надання фінансової самостійності щодо формування, розподілу та витрачання власних фінансових ресурсів

Бібліографія: **ЛИННИК В.М.** Територіальні громади як суб'єкти фінансових відносин / **В.М. ЛИННИК** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 120-121

ФІСКАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

В умовах проведення бюджетної децентралізації в Україні актуальним є питання фінансового потенціалу місцевих бюджетів. Фінансова самостійність та незалежність місцевих бюджетів є основою забезпечення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування та однією з базових умов підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіонів і країни в цілому. Адже для того, щоб громада була здатною забезпечити виконання своїх завдань, вона повинна володіти відповідним обсягом фінансових ресурсів, які необхідні для покриття власних витрат.

Наукові підходи до визначення поняття «фінансовий потенціал»:

1. Сума фінансових ресурсів, які відповідно до чинного законодавства являють собою потенційно можливу суму податкових баз, які є основою для нарахування всієї сукупності податків та обов'язкових платежів на території того чи іншого регіону (А. Коломієць, А. Мельник).

2. Оцінка всього обігу доходів, які можуть бути зібраними на окремій території при середньому рівні збору податків (Н. Кашина).

3. Потенційна податкоспроможність регіону, тобто можливість щодо мобілізації надходжень усіх рівнів за умови залучення всіх регіональних ресурсів (Л. Тарангул).

Основою фінансової забезпеченості і самостійності місцевих бюджетів, гарантом формування достатніх фінансових ресурсів загального та спеціального фондів відповідного рівня місцевих бюджетів є фінансовий потенціал, який являє собою можливий обсяг усіх видів податкових надходжень від юридичних і фізичних осіб.

Аналіз показників фінансового потенціалу місцевих бюджетів засвідчив зменшення власної дохідності місцевих бюджетів та високий рівень їх дотаційності, що підтверджує надмірну централізацію міжбюджетних відносин

в Україні. У зв'язку з цим зміцнення фіскального потенціалу місцевих бюджетів України є головним завданням в рамках проведення бюджетної децентралізації.

Забезпечення підвищення рівня й ефективної реалізації фіскального потенціалу місцевого самоврядування можливе шляхом внесення ряду змін до бюджетно-податкового законодавства, зокрема в частині запровадження механізму зарахування до місцевих бюджетів частини податку на прибуток підприємств та сплати податку на доходи фізичних осіб до бюджетів за місцем ведення господарської діяльності, а не за місцем реєстрації суб'єкта господарювання.

Бібліографія: *МІТЧЕНКО К.Ф. Фіскальний потенціал місцевих бюджетів / К.Ф. МІТЧЕНКО //* Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 122-123

**СЕКЦІЯ 6 – ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В
УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

ЗАХАРЧЕНКОВ О.С.

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ
ЗОВНІШНІХ РИНКІВ ДЛЯ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ МЕДИЧНОГО
ПРИЗНАЧЕННЯ**

Мета: на основі загального аналізу ринку країн Європи обрати три стратегічних країни для експорту медичних бахіл, масок, капелюшків, чохлів, простирادل для української компанії. Перед проведенням аналізу компанія визначила для себе як нестратегічні ринки Словаччини, Литви, Латвії, Естонії. Найбільш привабливими є Німеччина, Франція, Польща.

Аналіз проводився на підставі кодів Всесвітньої митної організації - Компанія реалізує різноманітну продукцію, що має різні коди Всесвітньої митної організації. З приводу специфіки аналізу використовувалась група кодів за трьома товарами: маски медичні - 630790, бахіли - 392620, капелюшки – 650500.

Компанія реалізує різноманітну продукцію, що має різні коди Всесвітньої митної організації. З приводу специфіки аналізу використовувалась група кодів за трьома товарами. Для інтегрального аналізу ринку та врахування реалізації у трьох потенційних галузях (медична сфера, харчова промисловість, beauty індустрія) за основу був взятий продукт захисні маски для обличчя.

Розмір ринку визначався за показниками, що відображають вартісний розмір експорту в країни ЄС, торговий баланс та рівень росту ринку за останні п'ять років. Індивідуальні показники: для порівняння 28 країн та подальшого таргетування було використано дві групи показників: Потенціал експорту

(торговий баланс, ріст імпорту за останні 5 років, рівень оподаткування, ціна за групою товарів (HS), вартість імпорту, відстань до України); Ринкові можливості (кількість потенційних споживачів, досвід і присутність України на ринку, частка у світовому імпорті, ринкова концентрація, рівень конкуренції).

Розрахунки стратегічного пріоритету країн здійснювались за допомогою методу стратегічного дослідження на основі співставлення трьох показників.

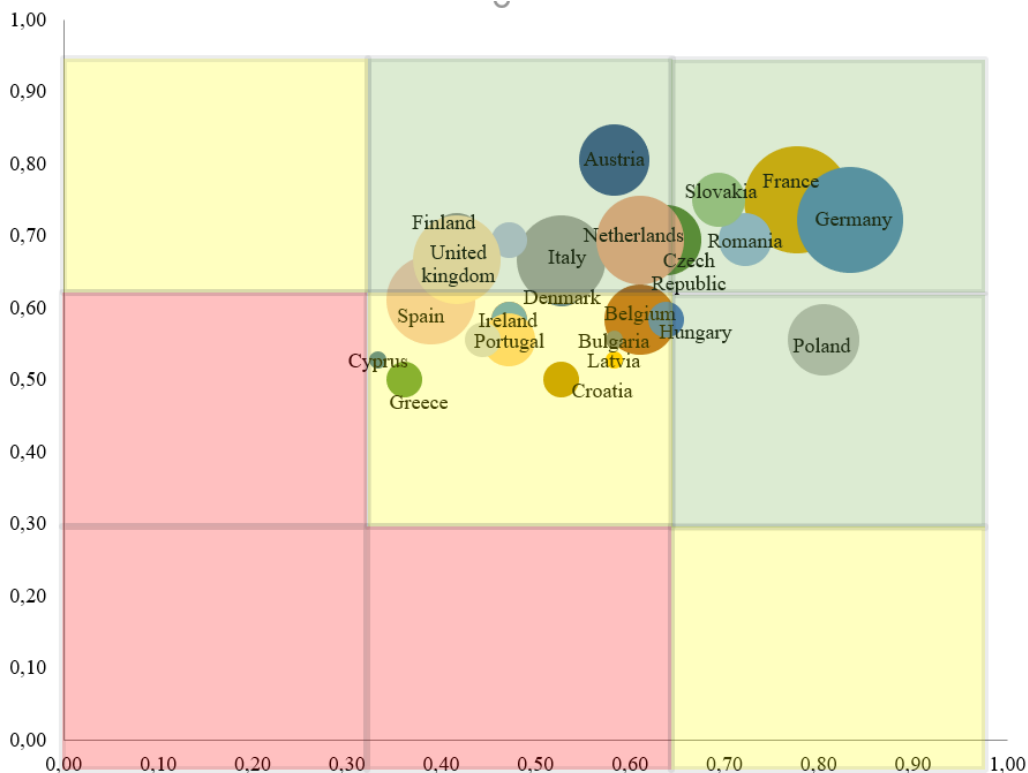


Рисунок 1 – Потенціал експорту та ринкові можливості для 28 країн ЄС [26]

В аналізі використані показники, що представляють потенціал (вертикальна вісь) та ринкові можливості (горизонтальна вісь). Перелік показників наведений вище. Всі показники були згруповані у 6 груп та переведені в шестибальну оцінку експертним методом. На основі 6-ти бальних оцінок кожного показника розрахований інтегральний коефіцієнт потенціалу експорту та ринкових можливостей. Розмір кожного кола становить обсяг імпорту окремої країни, що досліджувалась. В червоному секторі знаходяться країни, експорт в які є критичним. Жовтий сектор містить країни, в які експорт

можливий за певних обставин. Зелений сектор найбільш привабливий для експорту. На основі аналізу пропонується для вибору 6-8 країн імпортерів, які мають більш високий експортний потенціал. На підставі проведеного аналізу нами було зроблено висновки, що основними країнами пріоритетного експорту є Австрія, Чехія, Франція, Німеччина, Нідерланди, Словаччина як ринки з найвищим потенціалом експорту та ринковими можливостями.

На основі аналізу було обрано найбільш привабливі країни для розвитку українського експорту. Подальшими діями підприємства для запровадження експортної діяльності має стати розробка стратегії коректного виходу за зовнішній ринок.

Список літератури:

1. **Бабкіна Н.І.** Етапи та особливості стратегічного управління розвитком промислового підприємства / Науково-технічні відомості державного політехнічного університету // Економічні науки. - 2013. - №1. - С. 73-81. Бізнес-портал delo.ua – Режим доступу: <https://delo.ua/business/top-200-агрокомпаній-рochemu-аgrarii-vybirajut-importnuju-poderz-310256/>
2. NACE Rev.2 [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://nacev2.com/en>
3. Access2Markets [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/>
4. Global Trade Helpdesk [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://globaltradehelpdesk.org>,
5. Trade Map [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.trademap.org>

Бібліографія: ЗАХАРЧЕНКОВ О.С. Дослідження потенціалу та привабливості зовнішніх ринків для експорту товарів медичного призначення / **О.С. ЗАХАРЧЕНКОВ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 124-126

КОШЕЧКІН А.Б., здобувач PhD, Національний авіаційний університет

ОЦІНКА ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ І ВИКЛИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

У сучасному світі, де цифровізація стала об'єктивною реальністю, оцінка потенційних можливостей і викликів, пов'язаних з функціонуванням і розвитком людського капіталу має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності як окремих компаній, так і країн. Процеси глобальної цифрової трансформації здійснюють вагомий вплив на всі сфери економічної діяльності, створюючи нові можливості та виклики, оцінці яких варто приділити увагу з метою їх урахування для створення умов подальшого розвитку людського капіталу як одного з визначальних чинників конкурентоспроможності.

Розглянемо можливості, що виникають для людського капіталу під впливом глобальної діджиталізації у різних сферах. Передусім, слід зазначити, що у освітній галузі глобальна цифровізація завдяки впровадженню онлайн-освіти та навчання перетворила освітній процес на більш доступний для мільйонів людей, навіть тих, що проживають у віддалених районах. Внаслідок впровадження онлайн-курсів, вебінарів та інших форм дистанційної освіти з'являються нові можливості для саморозвитку і здобуття нових навичок, а компанії можуть інвестувати у навчання своїх працівників без урахування географічних обмежень.

Глобальна діджиталізація кардинально змінила світовий ринок праці, зокрема, створила можливості для віддаленої зайнятості, що розширює географічні межі при пошуку роботи та створює конкуренцію на ринку праці, оскільки дозволяє компаніям обирати найкращі кадри з усього світу. Окрім цього, глобальна цифровізація сформувала сприятливий ґрунт для інновацій та підприємництва. Люди з технічними навичками можуть без зайвих бар'єрів створювати стартапи та розробляти нові продукти і послуги, що відповідають

вимогам сучасного ринку технологій.

У найближчій перспективі для оцінки людського капіталу, окрім технічних знань, важливу роль відіграватимуть «м'які» навички, такі як комунікація, креативність, аналітичні та управлінські здібності. Це дозволить задовольнити зростаючу потребу у гнучких та адаптивних працівниках.

В умовах глобальної цифровізації перед людським капіталом постають певні виклики та висуваються нові вимоги, до яких, зокрема, відносяться:

1. Розвиток мультимедійної компетентності. У зв'язку із необхідністю постійної роботи у цифровому середовищі носії людського капіталу потребують вміння взаємодіяти з великими обсягами інформації, яка включає текст, відео, аудіо та графіку. Окрім цього, навички визначення надійності джерел інформації та аналізу медіа-повідомлень також стають дедалі більше важливими [1].

2. Етична поведінка та навички конфіденційності у цифровому світі. Зростання обсягів персональних даних, що обробляються в Інтернеті, вимагає розуміння етичних питань, пов'язаних з їх використанням. Люди повинні знати про свої права і вміти захищати своє приватне життя в цифровому середовищі.

3. Здатність до творчості та інноваційності. Оскільки глобальна діджиталізація змінює підходи до творчості та інновацій, важливими стають навички творчого мислення та застосування креативних способів вирішення завдань.

4. Соціальні навички та навички спілкування. Незважаючи на те, що віртуальні зв'язки набули значної популярності, соціальні навички все ще залишаються важливими. Ефективна комунікація в цифровому середовищі, вміння працювати у віртуальних командах та вирішувати конфлікти є сучасними вимогами до носіїв людського капіталу.

5. Лідерство та самоменеджмент. Навички лідерства та самоменеджменту є важливими в контексті дистанційної роботи та гнучкого робочого графіку. Люди повинні вміти керувати собою та організовувати власний час.

6. Співпраця та глобальне мислення. Глобальна цифровізація перетворює світ на більш взаємопов'язану систему, в якій люди повинні вміти працювати з

представниками різного культурного та географічного походження. У зв'язку з цим, глобальне мислення стає важливою складовою людського капіталу.

Розуміння цих викликів і вимог, а також належна увага розвитку людського капіталу дозволить окремим особам та організаціям максимально використати можливості, які пропонує глобальна діджиталізація, а також стати більш успішними та досягти стійкого розвитку в майбутньому [2].

Таким чином, глобальна цифровізація трансформує соціальне та ділове середовище та створює ряд як можливостей, так і викликів для розвитку людського капіталу. Це вимагає від працівників та організацій адаптації до нових реалій та безперервного навчання. Потенційні можливості включають доступ до онлайн-освіти, світового ринку праці, інновацій та розвитку «м'яких навичок». Однак, існують і виклики, такі як цифровий розрив, інформаційне перевантаження, кібербезпека та зміна організаційної культури.

Для успішного функціонування та розвитку людського капіталу в умовах глобальної цифровізації важливо опанувати нові навички, розуміти етичні аспекти цифрового світу, розвивати креативність, підтримувати «м'які навички», розвивати лідерські якості та сприяти глобальному мисленню.

Зростання ролі і значення людського капіталу у цифрову еру відкриває безліч перспектив і можливостей для особистого та професійного розвитку. У зв'язку з цим, носії людського капіталу, а також керівники компаній мають можливість використати ці можливості та ефективно адаптуватися до змін.

Список літератури:

1. Human development report 2021-22 (2022) *UNDP*. URL: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22> (дата звернення 2.12.2023).
2. Що Таке Діджиталізація Та Які Переваги Вона Надає Бізнесу ,Автор: *GigaCloud* Від 02.05.2023 URL: <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-didzhitalizacija-ta-jaki-perevagi-vona-nadae-biznesu> (дата звернення 5.12. 2023)
3. *Tadeush, O.* (2023). EDUCOLOGY DIMENSION OF INNOVATIVE EDUCATION IN THE CONTEXT OF SOCIO-ECONOMIC GLOBAL CHALLENGES. *Continuing Professional Education: Theory and Practice*, 74(1), 11–23. URL: <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2023.1.2> (дата звернення 8.12. 2023)

Бібліографія: КОШЕЧКІН А.Б. Оцінка потенційних можливостей і викликів функціонування та розвитку людського капіталу у контексті процесів глобальної діджиталізації / А.Б. КОШЕЧКІН // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 127-129

СЕКЦІЯ 7 – ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

HAVRYS O.O., senior lecturer, NTU «KhPI»

HAVRYS M.O., PhD, senior lecturer, NTU «KhPI»

PROFITABILITY ANALYSIS OF UKRAINIAN STARTUPS

The economy of Ukraine exists in the conditions of war, on the one hand, it greatly complicates the work of enterprises and obviously reduces entrepreneurial activity, on the other hand, a warring country especially needs resources to successfully achieve military tasks. Currently, Ukraine's budget largely depends on international aid, but despite the difficulties, the economy must develop and one of the promising directions is the development of innovative entrepreneurship, which is aimed at creating new products, technologies and services. In this context, it is appropriate to talk about startups - organizational forms of innovative activity, newly created organizations that specialize in the development of a new product or service in conditions of extreme uncertainty. The peculiarity of a startup is that it does not have a ready-made product or service for sale on the market, but has an innovative idea or a product prototype. The point is that, more often than not, a startup has a large growth potential, but at the same time, a high level of risk. Unlike a regular business, a startup does not have sufficient funding at the first stages of development, and you need to look for investors who are interested in the idea. Most of the world's startups are concentrated in the IT and high-tech spheres, although there are many examples of startups related to energy, medicine, ecology and other industries.

Ukraine occupies high places in the world rankings of startup ecosystems. The Ministry of Digital Transformation of Ukraine emphasizes that domestic startups, like the country's IT sector as a whole, have adapted to wartime and continue to conduct their activities effectively, responding to modern challenges. Circumstances forced

44% of existing startups to change their location, but 95% of startups are fully or partially operating in Ukraine. At the same time, it is worth noting that Ukraine is the primary market for 60% of domestic startups, the markets of Europe (46.4%) and North America (USA 34.3%, Canada 9.3%) occupy the next steps of the rating. Every fifth Ukrainian the startup sees the world market as its main goal [1].

The economic law of growing needs proves that the market constantly needs new and creative ideas, developments, inventions - this is the main reason that the innovation boom does not stop, and startups are the main players here, who, analyzing the needs of consumers, create new products. Analyzing the largest Ukrainian startups, it can be noted that most of them are related to the field of modern technologies. The perspective of the development of this industry in Ukraine lies in the fact that the use of IT technologies ensures the profitability of companies' activities, promotes entry into the international market, and also ensures an increase in the level of competitiveness of domestic production. On the other hand it should be pointed out that agricultural and food startups have the lowest profitability. As for the agricultural sector, this is explained by the fact that it is difficult for budding startups to compete with agricultural holdings. The food industry is developing more actively, but there are also not many startups here, primarily due to the lack of qualified personnel capable of visionary thinking [2].

The year 2023 is marked by high activity in the field of artificial intelligence and entrepreneurship, when there are revolutionary changes and the development of startups that are designed to change our lives and raise them to a new level of convenience, efficiency and innovation. In Ukraine this year, startups have also focused on developing the means to bring victory closer, such as rocket-building startup AMW Labs. For domestic startups, the question of how to attract new investments for business projects is acute. Sources can be venture funds, startup accelerators, state funding, especially for projects in the field of defense capability and reconstruction of the country and attraction of foreign investments, including grant programs.

References:

1. The country at war: the voice of ukrainian start-ups. URL: <https://drive.google.com/file/d/18kV886D29iQ3ENmS9NeII3AjFgzeBvoV/view>
2. Скорик Г.І. Розвиток стартапів в Україні: проблеми та перспективи / Г.І Скорик, А.А. Недошитко// Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 6, Том 1. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-13.pdf>

Бібліографія: *HAVRYS O.O., HAVRYS M.O. Profitability analysis of ukrainian startups / O.O. HAVRYS, M.O. HAVRYS* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 130-132

ПРИЧИНА П.В., магістрант

ВЛАСЕНКО В.А., канд. екон. наук, доцент, ПУЕТ

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній нестабільній економічній ситуації в Україні все більшого значення набуває активізація інвестиційної діяльності. Її важливість обґрунтовується тим, що від ефективності інвестиційної діяльності залежить розвиток підприємства. Адже процес інвестування на підприємстві забезпечує структурне та якісне оновлення виробництва, модернізацію наявних виробничих потужностей та технологічного процесу, створення нових робочих місць, що призводить в цілому до його економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності.

Метою дослідження є визначення завдань та послідовності здійснення інвестиційної діяльності.

Інвестиційна діяльність притаманна кожному підприємству і є основою його розвитку. Інвестиції забезпечують динамічний розвиток підприємства та дозволяють вирішувати такі завдання, як розширення підприємницької діяльності за рахунок накопичення фінансових і матеріальних ресурсів, придбання нових підприємств та освоєння нових областей бізнесу.

Досліджуючи питання сутності інвестиційної діяльності, можна відмітити різноманітність підходів щодо його визначення. Інвестування – це процес вкладання фізичного, грошового і інтелектуального капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання очікуваного ефекту. Управління інвестиційною діяльністю – це цілеспрямоване регулювання руху всіх видів фізичних, грошових і інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємництва з метою отримання підприємницького доходу.

Т. Майорова під управлінням інвестиційною діяльністю розуміє систему принципів та методів розроблення й реалізації управлінських рішень, що

пов'язані з здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності [1].

I. Новикова під управлінням інвестиційною діяльністю підприємства пропонує розуміти систему принципів, прийомів, методів та управлінських функцій, на основі яких визначаються організаційні форми й механізми управлінського впливу на процеси інвестування з метою забезпечення зростання вартості (цінності) підприємства та його стратегічного розвитку [2].

Підвищення якості продукції та ефективності діяльності функціонування підприємств вимагає активізації інвестиційної діяльності та пошуку реальних джерел інвестиційних ресурсів як для поточної виробничо-господарської діяльності, так і для перспективного розвитку.

Розробка напрямів діяльності підприємства в частині інвестиційної діяльності, спрямованої на збільшення прибутку, за рахунок довгострокових вкладення капіталів є частиною загальної системи управління підприємством.

Інвестиційна діяльність, зумовлена необхідністю ефективного розвитку виробничо-економічного потенціалу підприємства, є важливим видом фінансово-господарської діяльності кожного підприємства і здійснюється в такій послідовності:

1. Формування та оцінка інвестиційної привабливості підприємства
2. Розроблення інвестиційної політики підприємства
3. Формування інвестиційної стратегії
4. Визначення обсягу й обґрунтування залучення інвестиційних фондів
5. Обґрунтування інвестиційної поведінки і реалізація тактичної інвестиційної політики підприємства

Управління інвестиційною діяльністю підприємства спрямовується на вирішення таких завдань:

- визначення основних напрямів інвестиційної діяльності відповідно до фінансової та загальної стратегії розвитку підприємства (розроблення інвестиційної стратегії);
- дослідження інвестиційного клімату, оцінювання інвестиційної

привабливості об'єкта інвестування;

– визначення необхідного обсягу інвестиційних ресурсів та оптимізація їх структури;

– формування інвестиційного портфеля з урахуванням прийнятних ризиків і рівня прибутковості;

– оцінювання ефективності реалізації інвестиційних проєктів;

– контроль інвестиційної діяльності підприємства загалом і кожного проєкту зокрема.

Отже, управління інвестиційною діяльністю на підприємствах дає змогу з максимальною швидкістю досягти поставлених цілей та вирішити основні завдання, сприяє результативному виконанню конкретних функцій управління інвестиційною діяльністю, повна і послідовна практична реалізація яких є надійною запорукою активної інвестиційної політики підприємств та їх результативної господарської діяльності.

Список літератури:

1. **Майорова Т.В.** Інвестиційна діяльність: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
2. **Новикова І.В.** Вартісно-орієнтоване управління інвестиційною діяльністю підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Сумський державний університет. Суми, 2013. 219 с.

Бібліографія: ПРИЧИНА П.В., ВЛАСЕНКО В.А. Управління інвестиційною діяльністю підприємства / П.В. ПРИЧИНА, В.А. ВЛАСЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труді XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 133-135

МАЩЕНКО М.А., д. е. н., проф., НТУ «ХПІ»

ЧЕРКАШИН С.А., аспірант, НТУ «ХПІ»

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ефективність підприємницьких бізнес-процесів потребує перманентного оновлення, втілення інноваційних технологій. Вплив технологічних інновацій на розвиток підприємництва є особливо важливим. Технологічні трансформації відкривають перспективи для бізнесу, надають нові можливості у забезпеченні конкурентних переваг та сприяють створенню інноваційних товарів та послуг. З появою таких новітніх технологій, як штучний інтелект, Інтернет речей, блокчейн тощо підприємства переходять до нової парадигми бізнесу через аналітичну оптимізацію прийняття виважених рішень або повну автоматизацію стереотипних підприємницьких завдань. Тобто мова йде не лише про суто підприємницькі технології, як, наприклад, електронна комерція, що з'явилася для реалізації комерційних проєктів у глобальній комп'ютерній мережі Internet та в результаті появи якої змінився традиційний механізм торгівлі, або ко-маркетинг, що потрібен для об'єднання зусиль підприємців на ринку для просування їх товарів та послуг [1]. Так, ці технології сприяють розвитку підприємництва та надають поширені можливості у практиці маркетингу, є основою розвитку підприємництва. Але зараз здається доцільним згадати ті наукові, технічні та технологічні досягнення, що розроблені не лише для підприємництва та не так активно втілюються в бізнес-процеси. Наприклад, вже звісна технологія блокчейн, що пропонує безпечні та прозорі транзакції. Найбільше його використовують фінансисти для децентралізованого фінансування, але у іншому бізнесі можна втілювати для логістики, управління ланцюгом постачання та забезпечення цілісності даних і транзакцій [2]. Або технологія штучного інтелекту, який надає можливості у підприємстві в прогностичній аналітиці для прийняття бізнес-рішень, персоналізованого досвіду

клієнтів та автоматизацію повторюваних завдань. Ще одна нова технологія – це Інтернет речей, що з'єднує пристрої та забезпечує обмін даними між ними. У підприємстві Інтернет речей можна використовувати для інтелектуального виробництва, управління запасами та створення інноваційних продуктів із вбудованими датчиками для, наприклад, виміру кількості викидів шкідливих речовин в атмосферу тощо. У цієї технології є багато переваг для бізнесу, результатом втілення яких є і зменшення витрат, і підвищення продуктивності праці, і загальна оптимізація всіх бізнес-процесів [3]. До тієї ж групи доцільно віднести технології віртуальної реальності та доповненої реальності, що покращують взаємодію зі споживачами і у підприємницькій діяльності можуть бути використані в маркетингу, демонстрації продукції та навчанні. Втілення сучасних технологій потребує надійнішого та більш швидкого підключення до Інтернету, що надає технологія 5G, яка забезпечує підтримку таких нових технологій, як Інтернет речей і доповнена реальність, та технологія граничних обчислень, що передбачає обробку даних ближче до джерела генерації, а не покладатися на централізовану хмару. Також, оскільки бізнес все більше покладається на цифрові платформи, зростає потреба в надійних рішеннях кібербезпеки, в тому до цього ж ряду технологій потрібно віднести й інновації в кібербезпеці.

Отже, успішний розвиток підприємництва потребує адаптації до технологічного середовища, що швидко змінюється, на свою користь для створення стійкого та інноваційного бізнесу.

Список літератури:

1. *Дудко П. М.* Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві // Проблеми економіки. – 2017. – №3. – С. 170–174. – Режим доступу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-3_0-pages-170_174.pdf.
2. Модернізація електронної комерції за допомогою цифрових активів в умовах інформаційної економіки : монографія / М. А. Мащенко, О. М. Кліменко, І. Ф. Лісна, Т. С. Черкашина, А. А. Кудь ; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. — Харків : Право, 2023. — 258 с. : іл., табл. — DOI: <https://doi.org/10.31359/9789669984883>.
3. *Кай О.* Інтернет речей в Україні: чим корисний для бізнесу зараз і які його перспективи. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/internet-recei-v-ukrayini-cim-korisnij-dlya-biznesu-zaraz-i-yaki-iogoo-perspektivi-424611/>

Бібліографія: МАЩЕНКО М.А., ЧЕРКАШИН С.А. Вплив технологічних інновацій на розвиток підприємництва / *М.А. МАЩЕНКО, С.А. ЧЕРКАШИН* // Результати наукових конференцій Навчально-

наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 136-138

ІНДУСТРІАЛЬНІ ПАРКИ: МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Індустріальні парки – це спеціально організована територія, яка призначена для розміщення промислових підприємств та має розвинену інфраструктуру, надає інвесторам певні пільги та гарантії. Вони є ефективним механізмом залучення інвестицій, оскільки мають певні переваги. Наприклад, мають всі необхідні комунікації, енергопостачання, транспортне сполучення, що дозволяє інвесторам заощадити час і кошти до початку роботи, оскільки вони пропонують готову інфраструктуру та інші переваги, які дозволяють компаніям уникнути необхідності пошуку оптимальної локації, будівництва та запуску виробництва з нуля. Індустріальні парки відіграють важливу роль у відродженні економіки України. Вони сприяють розвитку промисловості, через наявність сприятливих умов для розміщення нових виробництв. Нові виробництва, в свою чергу, приваблюють інвесторів, через що з'являються нові робочі місця. Безумовно, економіка України стає більш конкурентоспроможною.

Закон України «Про індустріальні парки» створює сприятливі умови для розвитку індустріальних парків. Зокрема, він передбачає спрощений порядок надання земельних ділянок у межах індустріальних парків, а також гарантує довгостроковість і сталість господарських відносин у цих парках. Крім того, закон передбачає надання державного стимулювання для розвитку індустріальних парків, яке може здійснюватися за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, а також шляхом надання консультацій та підтримки інвесторам з боку органів влади та профільних організацій.

Крім того, 21 червня 2022 року Верховна Рада України прийняла два закони, які покликані створити сприятливі умови для діяльності індустріальних парків в Україні. Перший закон, № 2330, вносить зміни до Податкового кодексу

України, а другий, № 2331 - до Митного кодексу України. Закон № 2330 передбачає звільнення від оподаткування податком на додану вартість (ПДВ) операцій з ввезення на митну територію України нового устаткування (обладнання), яке ввозиться учасниками індустріальних парків виключно для власного використання для здійснення ними діяльності у сферах переробної промисловості або науково-дослідної діяльності. При цьому, устаткування не може бути надано в оренду, лізинг або передано в користування третім особам. Закон № 2331 передбачає звільнення від оподаткування митом нового устаткування (обладнання), яке ввозиться учасниками індустріальних парків виключно для власного використання для здійснення ними діяльності у сферах переробної промисловості або науково-дослідної діяльності. При цьому, устаткування не може бути надано в оренду, лізинг або передано в користування третім особам. Підприємства, які розміщуються в індустріальних парках, також можуть отримати звільнення від податку на прибуток протягом десяти років. Органам місцевого самоврядування надано право встановлювати пільги по податку на нерухомість і плати за землю для учасників індустріальних парків.

Також Уряд України вніс зміни до законодавства, які дозволяють органам місцевого самоврядування витратити кошти місцевого бюджету на створення та функціонування індустріальних парків. Ці зміни спрямовані на те, щоб допомогти органам місцевого самоврядування забезпечити належну інфраструктуру для індустріальних парків, що сприятиме залученню інвестицій та створенню робочих місць. Крім того, Міністерство економіки України за сприяння проекту технічної допомоги ЮНІДО розробляє політику сприяння запровадженню в Україні моделі еко-індустріального парку. Ця модель передбачає створення індустріальних парків, які відповідають принципам сталого розвитку та дбають про охорону навколишнього середовища. Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію розвитку індустріальних парків на 2023-2030 роки. Стратегія спрямована на підвищення ефективності використання потенціалу індустріальних парків у рамках процесу децентралізації управління

та сприяння вирішенню питань щодо зупинки деградації довкілля, створення додаткової вартості та нових кваліфікованих робочих місць.

Індустріальні парки є важливим інструментом для відродження економіки України. Вони сприяють залученню інвестицій, створенню нових робочих місць і розвитку промисловості. Для ефективного використання цього механізму необхідно вдосконалити законодавче регулювання діяльності індустріальних парків, а також забезпечити їхню належну інфраструктуру.

Список літератури:

1. Інвестиційна діяльність в Україні за 2022 рік | Міністерство економіки України. Just a moment... URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b6d0940d-2443-41c4-82ec86e6d2e56973&title=InvestitsiinaDiiialnistVUkrainiZa2022-Rik> (дата звернення: 13.12.2023).
2. Закон Про індустріальні парки. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5018-17#Text> (дата звернення: 13.12.2023).

Бібліографія: *ЩЕРБА В.О.* Індустріальні парки: механізм залучення інвестицій для відновлення економіки України / *В.О. ЩЕРБА* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 139-141

АРУТЮНЯН С.С., аспірант, НТУ «ХП»

УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ДЖЕРЕЛ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ НА ТРАНСПОРТІ

Європейський «зелений» курс характеризується всебічністю. При цьому, сектор транспорту є одним з провідних, поряд з іншими галузями економіки, зокрема: енергетика, сільське господарство, будівництво, тощо.

Проблеми управління реалізацією проєктів щодо впровадження джерел відновлюваної енергії, зокрема, на транспорті, відображені в публікаціях вітчизняних і зарубіжних авторів: Запорожця О. [1], Касьяненко В. [1], Железної Т., Романчукевич М., Чиж Н. [3] та інших. Однак, динаміка змін навколишнього середовища та нормативно-правового забезпечення вимагає постійного аналізу ситуації щодо цієї проблематики.

Зелені облігації, призначені для фінансування екологічних проєктів в галузі відновлюваної енергії, сталого будівництва, водного та повітряного забруднення, посідають сьогодні важливе місце в проєктному фінансуванні в усьому світі. Серед широкого спектру фінансових інновацій зелені облігації особливо цінні, оскільки дозволяють інвесторам фінансувати проєкти зі сприятливим впливом на навколишнє середовище [3, с. 152].

З метою забезпечення більш ефективного фінансування проєктів відновлюваної енергетики в рамках Європейського «зеленого» курсу впроваджено новий механізм. Його особливе значення полягає в тому, що, окрім державних інвестицій, він передбачає також приватні.

З початку 2021 року кожна країна-член ЄС може фінансувати проєкти «зеленої» енергетики як у себе, так і в інших країнах ЄС, що потенційно потребуватиме менших вкладень [4].

В Україні у 2020 р. було зареєстровано законопроект «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обов'язковості використання

рідкого біопалива (біокомпонентів) у галузі транспорту» (№ 3356 від 17.04.2020), яким встановлюються обов'язкові частки рідкого біопалива (біокомпонентів) в обсягах бензинів автомобільних, а також критерії сталості виробництва рідкого біопалива.

Цей законопроект зазначає, що «критерії сталості – вимоги, яким відповідають рідкі біопалива (біокомпоненти) та біогаз, призначені для використання в галузі транспорту, зокрема, показникам скорочення обсягів викидів парникових газів від використання зазначених видів біопалива та заборони використання окремих земельних ділянок для отримання сировини, необхідної для виробництва таких видів біопалива».

При цьому важливо виділити, що у тексті проекту закону відсутні будь-які вимоги щодо скорочення викидів парникових газів від використання рідких біопалив.

Для України управління реалізацією проектів щодо впровадження джерел відновлюваної енергії на транспорті вимагає проведення послідовної політики щодо розвитку відновлюваної енергетики, встановлення довгострокових цілей, правильного вибору пріоритетних напрямків, запровадження дієвих механізмів підтримки.

Список літератури:

1. **Запорожець О. І.** Транспортна екологія. Київ: 2017. 508 с.
2. **Касьяненко В.О.** Актуальність використання альтернативних джерел енергії в транспортній сфері. За заг. ред. О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. Суми: СумДУ, 2015. С. 105-106.
3. **Чиж Н.** Фінансові інновації в проектному фінансуванні: перспективи та впровадження. Економічний форум. 2023. №3. С. 148-155.
4. EU renewable energy financing mechanism, 2020. https://ec.europa.eu/energy/sites/default/files/documents/eu_renewable_energy_financing_mechanism_en.pdf

Бібліографія: АРУТЮНЯН С.С. Управління реалізацією проектів в умовах впровадження джерел відновлюваної енергії на транспорті / С.С. АРУТЮНЯН // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 142-143

КЛИМЕНТОВА М.В., аспірант, кафедра економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, НТУ «ХП»

КОБЕЛЄВА Т.О., д.е.н., професор, кафедра економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, НТУ «ХП»

СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств є важливим аспектом економічного розвитку. Інновації стають ключовим фактором конкурентоспроможності підприємств в умовах постійних змін на ринках та технологіях [1].

Інноваційна діяльність промислових підприємств України переважно має динамічний характер. Однак, важливо відзначити поширення та застосування інновацій у промисловості за останні чотири роки[4].

Завдяки швидкому розвитку технологій та наукових досягнень, багато підприємств активно впроваджують нові технології в виробництво[2]. Це стосується як великих корпорацій, так і малих і середніх підприємств. Найбільш інноваційно активні підприємства визначаються за видами економічної діяльності, такими як харчова промисловість, виробництво хімічної продукції, промисловість металевих виробів, виробництво машин й устаткування, транспорт[3].

Фінансується інноваційна діяльність зазвичай шляхом власних коштів підприємства, або інших джерел, таких як інвестори. Рідше шляхом державного бюджету, але це може включати фінансову підтримку, податкові винятки, програми та пільги.

До впровадження інновацій залучається співпраця між підприємствами та науково-дослідними установами. Науковці співпрацюють з виробництвом для вирішення конкретних інноваційних завдань та розвитку нових продуктів.

Однак в сучасному стані інноваційної діяльності існують й ризики,

пов'язані з розвитком підприємства. До факторів, які потенційно можуть перешкоджати впровадженню інноваційної діяльності відносять:

- недостатня фінансова база для впровадження нових технологій;
- витрати, які перевищують прибуток;
- відсутність підготовки персоналу до змін;
- відсутність кваліфікованих кадрів;
- великий термін окупності впроваджених інновацій.

Тобто, виходячи з аналізу можна сказати, що сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств знаходиться на активному розвитку. Перспективи такого розвитку полягають у подальшому впровадженні передових технологій, співпраці та підтримці держави, щоб забезпечити сталість та конкурентоспроможність економічних суб'єктів.

Список літератури:

1. **Хворостянкін С.С., Удачина К.О.** Автоматизація процесу розрахунку витрат при реалізації продукції // Актуальні тенденції наукових досліджень у сфері розробки і використання моделей економічної поведінки. Дніпро: УДУНТ, ІПБТ, 2021. с. 46–48
2. **Pererva, P., Kuchynskiy, V., Kobielieva, T., Kosenko, A., Maslak, O.** (2021). Economic substantiation of outsourcing the information technologies and logistic services in the intellectual and innovative activities of an enterprise. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 4 (13 (112)), 6–14. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.239164>
3. **Tkachova N., Kobielieva T., Pererva P.** Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept [Electronic resource]. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p. URL: http://immi.ath.bielsko.pl/wp-content/uploads/IMMI_2021_07.pdf
4. **Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В.** Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності. Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57
5. **Кобелева Т.О.** Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>, 6. Перерва П.Г. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник / П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. інт". Харків : Планета-Принт, 2019. 1002 с. URL:<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/415723>

Бібліографія: КЛИМЕНТОВА М.В., КОБЕЛЄВА Т.О. Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств / **М.В. КЛИМЕНТОВА, Т.О. КОБЕЛЄВА** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 144-145

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Розвиток економіки країни в значній мірі визначається обсягами та ефективністю інвестицій. Від інтенсивності та ефективності інвестиційної діяльності залежить вирішення не лише економічних завдань, зокрема зростання валового регіонального продукту та конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, а й соціальних проблем, зокрема: зменшення безробіття, підвищення життєвого рівня населення, тощо. У зв'язку з цим актуалізуються питання формування ефективної інвестиційної політики, яка зможе надати імпульс розвитку інвестиційній діяльності [1, с. 46].

Дослідженню теоретичних засад інвестиційної діяльності підприємств, зокрема, для цілей розробки інвестиційної політики присвячено праці: Дж. М. Кейнса, П. Самуельсона, Р. Харрода, М. Портера, І.А. Бланка, Л. Ігоніної, О. Удалих, С. Шманьового, Н. Коваль [1], Л. Галько [2] та ін. При цьому, теоретичні аспекти формування інвестиційної політики підприємства потребують більш детального вивчення.

В основі стратегічних інвестиційних рішень має лежати активний пошук альтернативних напрямів, форм і методів здійснення інвестиційної діяльності, обґрунтований вибір об'єктів інвестування та формування дієвих механізмів реалізації інвестиційної політики. Ефективність інвестиційного планування на окремих етапах розвитку підприємства кількісно виражається у максимізації ринкової вартості бізнесу, темпах економічного зростання, підвищення добробуту власників у поточному і майбутніх періодах [2].

Основним пріоритетом впровадження інвестиційної політики є залучення фінансових ресурсів у національну економіку. Завдання інвестиційної політики, як правило, реалізуються за чотирма основними напрямками: сприяння міграції капіталу з однієї країни до іншої з мінімальними труднощами і затримками, а

також виключно на законних підставах; регулювання фінансових потоків, боротьба із правопорушеннями у сфері інвестування; створення сприятливого клімату для залучення інвестицій; сприяння ефективному використанню інвестиційного капіталу [3].

Серед факторів зовнішнього середовища, що впливають на інвестиційну політику підприємства слід виділити вплив кризових процесів, що розгортаються у зовнішньому середовищі функціонування, інтереси власників підприємства, законодавчі акти, положення, що регламентують інвестиційну політику та ін. До найбільш важливих показників внутрішнього протистояння впливу кризи слід виділити наявні виробничі ресурси, оцінювання яких здійснюється за основними показниками виробничої складової антикризового потенціалу підприємства [4].

Таким чином, розробка теоретичного базису формування інвестиційної політики та наукове обґрунтування має сприяти залученню необхідних обсягів інвестицій, які забезпечуватимуть соціально-економічний розвиток національної економіки.

Список літератури:

1. **Коваль Н. В.** Формування та реалізація регіональної інвестиційної політики у сучасних умовах. Сучасні тенденції розвитку регіонів та галузей народного господарства : монографія / Нац. металург. академія України; за заг. ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2018. С. 46-57.
2. **Галько Л.** Інвестиційна діяльність підприємства: стратегія і тактика управління. Економіка та суспільство. 2021. №31.
3. Пріоритети інвестиційної політики в контексті модернізації економіки України : аналіт. доп. / А. П. Павлюк, Д. С. Покришка [та ін.] ; [за ред. Я. А. Жаліла]. К. : НІСД, 2013. 80 с.
4. **Яремко А. Д.** Адаптивне управління інвестиційною політикою підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. №65. С. 156-166.

Бібліографія: КУПРИГИН М.О. Теоретичне підґрунтя формування інвестиційної політики / **М.О. КУПРИГИН** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 146-147

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Інвестиційна діяльність, в сучасних економічних умовах, пов'язана з високим рівнем ризику. Проте саме наявність великої кількості ризиків робить її привабливою для підприємців, оскільки це дозволяє отримати значно більше економічних вигід.

Під інвестиційним ризиком, на наш погляд, слід розуміти можливість настання негативної події внаслідок прийняття рішення про інвестування коштів. Небажані наслідки, що виникають внаслідок ризикованих подій в інвестиційній діяльності, можуть включати в себе:

- втрату чи недосягнення запланованого прибутку;
- зменшення ефективності бізнес-напрямку, в який вкладено кошти;
- недостатню капіталізацію продукту інвестиційного проекту;
- несвоєчасну введення об'єкта в експлуатацію;
- збільшення термінів досягнення повної потужності інвестиційного об'єкта;
- падіння ринкової вартості та/або ліквідності фінансового інструменту і так далі.

Ризики, включаючи інвестиційні, можуть виникнути внаслідок найрізноманітніших обставин, як зовнішніх, так і внутрішніх.

В залежності від наслідків ризиків їх можна розділити на дві великі групи: спекулятивні та чисті. Спекулятивні ризики передбачають можливість отримання як позитивного, так і негативного результату. Чисті ризики виражають можливість отримання негативного або нульового результату.

З точки зору значущості для організації виділяють динамічний ризик та статичний ризик. Перший - це ризик випадкових коливань результатів діяльності в кращу або гіршу сторону, неспроможний значно впливати на

життєздатність організації. Статичний - це ризик виникнення подій, через які ставиться під загрозу подальша діяльність організації або окремих проектів.

Залежно від впливу на фінансове становище підприємства виділяють припустимий, критичний та катастрофічний ризики. Під припустимим ризиком зазвичай розуміють загрозу повної втрати прибутку підприємства. Критичний ризик пов'язаний із втратою передбачуваного доходу. Найнебезпечніший є катастрофічний ризик, який призводить до втрати всього майна та банкрутства підприємства.

За сферами проявлення виділяють техніко-технологічні ризики; економічні ризики; політичні ризики; соціальні ризики; екологічні ризики; законодавчо-правові ризики.

Залежно від особливостей впливу інфляції виділяють інфляційний ризик; дефляційний ризик; селективний інвестиційний ризик; ризик упущеної вигоди.

Залежно від джерела виникнення інвестиційні ризики можна розділити на: діловий ризик, фінансовий ризик, ризик, пов'язаний з платоспроможністю, відсотковий ризик, ризик ліквідності, ринковий і випадковий ризик.

Фінансовий ризик - ступінь невизначеності, пов'язана з комбінацією запозичених та власних коштів, використовуваних для фінансування компанії чи власності: чим більше частина запозичених коштів, тим вище фінансовий ризик. Ризик, пов'язаний з платоспроможністю, - ризик, обумовлений інфляційними процесами та зниженням платоспроможності національної валюти. Відсотковий ризик - ступінь невизначеності в рівні ставок ринкових процентів, викликана зміною ринкових відсоткових ставок. Ризик ліквідності - ризик, пов'язаний із неможливістю продати інвестиційний інструмент на готівку в потрібний момент і за прийнятну ціну. Ринковий ризик - змінюваність курсів цінних паперів під впливом факторів, що не залежать від діяльності компаній - емітентів (політичної, економічної та соціальної нестабільності і ін.). Випадковий ризик - ризик, що виникає з події, в більшості випадків або цілком неочікуваної, яка має значущий і зазвичай негайний вплив на вартість відповідних інвестицій.

За видами збитків виділяють ризик упущеної вигоди, який визначається ймовірністю настання непрямого збитку внаслідок не відбуття якої-небудь події та ризик зниження доходності - це ймовірність зменшення розміру відсотків і дивідендів з портфельних інвестицій.

Бібліографія: ПУЦЕНТЕЛА О.І. Підходи до класифікації ризиків інвестиційної діяльності / О.І. ПУЦЕНТЕЛА // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 148-150

СЕКЦІЯ 8 – СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА КОМУНІКАЦІЇ НА РІВНІ ДЕРЖАВИ І ПІДПРИЄМСТВА

БАГАЧЕНКО О.М., аспірант, кафедра обліку і фінансів, НТУ «ХП»

ПРОБЛЕМАТИКА ПОЧАТКОВИХ ЕТАПІВ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ

В адміністративно-територіальному устрої країни фокусується широка гама чинників – історичних, політичних, економічних, природно-географічних, етно демографічних тощо. Тому мало продуктивним є шлях копіювання діючих у інших країнах адміністративно-територіальних систем. І хоча урахуванням зарубіжного досвіду теж не слід нехтувати, все ж вкрай важливо виробити власні теоретико-методологічні підвалини побудови раціональної, відповідної особливостям й перспективам розвитку української держави системи адміністративно-територіального устрою.

З історичним розвитком, змінами соціально-економічних, політичних та інших умов функціонування держави адміністративно-територіальний устрій закономірно змінюється, вдосконалюється чи реформується. Суть децентралізації публічної влади полягає у передачі владних повноважень від державної виконавчої влади органам місцевого самоврядування, відповідному наділенні їх достатніми для виконання цих повноважень можливостями та ресурсами. Фактично, процес адміністративно-територіальної реформи в Україні має полягати у взаємопов'язаному здійсненні кількох реформ: реформа територіального поділу держави; адміністративна реформа – зміна відповідно до визначеної мети та цілей системи державного управління, її інститутів, організаційних структур та інструментів, правових і фінансово-економічних основ функціонування; реформа місцевого самоврядування – зміни системи організації та основ діяльності органів місцевого самоврядування у вирішенні

питань місцевого значення, забезпечення потреб громадян і територіальних громад у соціальних, комунальних, адміністративних й інших послугах, у соціально-економічному розвитку поселень, взаємопов'язаних груп поселень і регіонів; реорганізація при цьому взаємостосунків органів місцевого самоврядування з органами державної влади.

Завдання з реформування адміністративно-територіального устрою України та вибору оптимальної форми територіальної організації влади набули стратегічного значення для держави. Адже попри переваги централізованого управління саме децентралізація у розумних межах забезпечує наближення апарату управління до людини, реалізацію вимог демократії. Проблемність завдань з реформування адміністративно-територіального устрою поглиблюється специфікою перехідного характеру суспільно-економічних процесів у державі. За таких обставин офіційно визначений курс на децентралізацію публічної влади й поглиблення місцевого самоврядування в Україні, з одного боку, відповідає прогресивним загальноєвропейським тенденціям, співзвучний з поглядами наших західних партнерів на спрямованість українських реформ і обіцяє підтримку у їх проведенні, з іншого, – конкретні внутрішні соціально-економічні та політичні умови, а також чинники зовнішньої агресії проти України вимагають виваженості при реалізації цього курсу, всебічної обґрунтованості кожного кроку реформ, оцінки досвіду інших країн у використанні тих чи інших форм територіальної організації влади й моделей проведення адміністративно-територіальної реформи.

Бібліографія: БАГАЧЕНКО О.М. Проблематика початкових етапів адміністративно-територіальної реформи / О.М. БАГАЧЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 151-152

СЕКЦІЯ 9 – АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ: ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ І УПРАВЛІННЯ

SUSLIKOV S., PhD (Economics), Associate Professor, Department of Innovative Entrepreneurship Management and International Economic Relations, NTU «KhPI»

KOSMIN O., Aspirant, Department of Innovative Entrepreneurship Management and International Economic Relations, NTU «KhPI»

THE IMPACT OF INTERNATIONAL E-COMMERCE ON THE PRESERVATION AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESSES DURING A STATE OF WAR

In the modern world, e-commerce has become a key tool for business development. It provides entrepreneurs with the opportunity to engage in trade and attract customers through the Internet, regardless of geographical location. In the context of a state of war, international e-commerce proves to be particularly important for the preservation and development of small businesses. It enables entrepreneurs to withstand the negative impacts accompanying a state of war and ensures the stability and survival of their enterprises.

One of the main advantages of international e-commerce for small businesses is the ability to expand the geographical reach of their markets. Conditions during a state of war often lead to a decrease in demand for goods and services in the domestic market. Through e-commerce, entrepreneurs can open up new markets beyond their own country, offering their products and services to customers from around the world. This allows for increased sales volumes, attracting new customers, and ensuring a stable income during a state of war [1,2].

Furthermore, international e-commerce helps entrepreneurs reduce dependence on local suppliers and resources. In conditions of a state of war, there may be restrictions on the supply of goods and services from local suppliers due to disrupted

supply chains or reduced production volumes. Through e-commerce, entrepreneurs can find alternative suppliers from abroad, ensuring the continuity of production and the sale of their products. [3,4]

Conditions of a state of war can also lead to a decrease in customers' physical access to stores and retail outlets. E-commerce provides entrepreneurs with the opportunity to sell their products and services online, ensuring the preservation and development of their businesses during a state of war.

The adoption of e-commerce also helps small businesses reduce costs on infrastructure and rental space. Instead of traditional stores, entrepreneurs can create their own websites or utilize e-commerce platforms, allowing them to save money on rent and preserve resources that can be used for other needs such as advertising and business development.

International e-commerce also contributes to strengthening international partnerships and cooperation. Conditions of a state of war can lead to restrictions on foreign trade and barriers to international business. However, thanks to e-commerce, small entrepreneurs can engage in cross-border trade, establish contacts with international customers and partners, and expand their global presence. This promotes the development of international business and creates new opportunities for small enterprises even in conditions of a state of war [5].

However, it is worth noting that the implementation of e-commerce is not a direct solution for all small businesses during a state of war. There are certain technological, infrastructural, and legal challenges that can complicate the use of e-commerce for some entrepreneurs.

For example, access to fast and reliable internet may be limited in areas of armed conflict, which complicates the execution of online operations. Technical issues like power outages or damage to network infrastructure can lead to reduced accessibility of e-commerce.

Additionally, legal aspects can impact the use of e-commerce during a state of war. Governments may impose restrictions on international trade or exercise control over electronic transactions to ensure national security.

To successfully implement e-commerce during a state of war, it is important to

consider these challenges and seek appropriate solutions. Entrepreneurs can explore alternative methods of e-commerce, collaborate with cybersecurity experts to protect customer data, and mitigate potential cyber-attacks. [6]

Furthermore, it is important to view e-commerce as part of a broader survival and development strategy during a state of war. Entrepreneurs can combine e-commerce with other strategies such as local business initiatives, partnerships with wholesale buyers, or accessing funding through government support programs. Understanding the context and nuances of the state of war will help entrepreneurs find the most effective and secure solutions for their businesses [7].

Considering all the aforementioned factors, before implementing e-commerce during a state of war, entrepreneurs should conduct a thorough analysis and evaluation of opportunities and risks. Developing flexible strategies, business plans, and utilizing alternative solutions can help ensure success in such uncertain conditions.

References:

1. **Suslikov S.V.** Management System of Enterprise Competitiveness in Conditions of Uncertainty / S.V. Suslikov, M.A. Klymenko // *Economics: time realities. Scientific journal.* – 2023. – № 3 (67). – P. 56-64 – Retrieved from <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No3/56.pdf>.
2. **Lozhachevska, O.M., Hnatenko, I.A., Sukhomlin, L.V., & Melnyk, O.Y.** Modeling of the infrastructure of entrepreneurship of neo-innovation management at the national and regional levels in the conditions of decentralization. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, – 2021. – № 18. – P. 5-10.
3. **Spatari M.** E-commerce: recent trends and impact on labour. Working paper for UNI commerce global union. – 2019. Retrieved from: https://uniglobalunion.org/wp-content/uploads/e-commerce_report_syndex_october_2019_en.pdf.
4. **Diuzhev V.** The Cluster approach to the formation of innovative susceptibility priorities within the framework of the Euroconcept «Green U-turn» to renewable energy in Ukraine / Viktor Diuzhev, Stanislav Suslikov, Olga Savchenko, Viktoriia Matrosova and Victoria Veriutina // *E3S Web Conf.* – 2021. – Volume 255. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125501020>
5. **Усов М. А.** Інвестиційна привабливість інноваційних проектів [Електронний ресурс] / М. А. Усов, О. О. Гаврись, С. В. Сусліков // *Приазовський економічний вісник : електрон. наук. журн.* – 2019. – № 2 (13). – С. 189-194.
6. **Формування механізму управління ризиками переробних підприємств: монографія / За ред. І. М. Посохова, В. Г. Дюжева, Ю. В. Жадан, І. О. Новік.** – Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2022. – 278 с. – Представлено: с. 3-16 ; 195-241.
7. **Міжнародні економічні відносини: бакалаврський курс : навч. посібник. Ч. 2, т. 2 / С. І. Архієреєв [та ін.] ; ред. кол.: І. М. Посохов [та ін.] ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т».** – Харків : Іванченко І. С., 2020. – 702 с.

Бібліографія: SUSLIKOV S., KOSMIN O. The impact of international e-commerce on the preservation and development of small businesses during a state of war / S. SUSLIKOV, O. KOSMIN // *Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : *Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р.* – 2023. С. 153-155

РИЗИКИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

На протязі тисяч років історії людства і розвитку цивілізації одним з невід'ємних її аспектів стало ведення війни. Важливо розуміти, що це не означає, що війна є необхідною або неминучою частиною життя суспільства, особливо сучасного.

Війна є крайнім методом вирішення будь-яких конфліктних ситуацій і може бути спровокована з різних причин: політичних, релігійних, економічних, соціокультурних, історичних, психологічних, задля самозахисту.

На відміну від різноманіття причин для початку війни, її наслідки в переважній більшості однотипні - збитки, основні з яких:

- людські жертви;
- фізичні жертви (матеріальні);
- внутрішнє переміщення людей та бізнесу;
- економічні втрати;
- екологічні наслідки;
- травми, фізичні та психологічні вади;

Одним з пріоритетів держави в стані війни є забезпечення функціонування економіки що дає змогу фінансування війни, здобуття і поповнення матеріальних ресурсів. Враховуючи світову глобалізацію економіки, міжнародний бізнес є невід'ємною частиною економіки, який сприяє руху товарів, послуг, капіталу технологій та інформації. Безумовно, ведення бізнесу в умовах війни є своєрідним викликом для підприємств та корпорацій і несе за собою ризики. Отже метою наукового дослідження є аналіз ризиків які виникають внаслідок ведення державою війни. Якісно проведений аналіз дає можливість вибудувувати стратегію ведення економічної діяльності з певним рівнем точності прогнозування ризиків та ризик-менеджменту.

Ризик – це ймовірність події чи групи споріднених випадкових подій, що

спричиняють збитки об'єкту, який володіє даним ризиком.

Одними з головних ризиків є політичні ризики. Вони несуть за собою ймовірність впливу політичних конфліктів та нестабільності на бізнес. Ці ризики потребують детального дослідження в розрізі впливу змін у владі, санкцій, ризику на відчуження майна або активів.

Економічні ризики першочергово пов'язані з високою ймовірністю економічної нестабільності в країні. Для розуміння ситуації необхідно досліджувати чинники які мають глобальний та локальний вплив. Першочергово такими чинниками являються валютні коливання, гіперінфляція, падіння внутрішнього валового продукту, нестабільність фінансового ринку.

Безпеківі та фізичні ризики під якими розуміється можливість зіштовхнутися із загрозами фізичної безпеки, загрозою якої можуть стати зовнішні фактори - саботаж, військові дії, тероризм та інші. Метою дослідження цих ризиків є вивчення заходів безпеки які вживають компанії та їх вплив на діяльність підприємств.

Юридичні ризики несуть в собі ймовірність змін законів, правових актів та методів їх регуляції. Їх дослідження допоможе аналізувати вплив на юридичну структуру бізнесу та його обов'язки.

Соціокультурні ризики, прикладом яких може бути втрата об'єму споживачів, зміни в споживчому попиті та актуальність продукту чи послуги загалом.

Наразі яскравим, хоч і сумним прикладом для більш глибокого аналізу є приклад війни в Україні. Дослідження на основі реальної ситуації в режимі реального часу дають повну картину дій і реакцій відповідно до ситуації яка складається і є базою для прогнозування відповідних дій в майбутньому.

Бібліографія: ЛЕПСЬКИЙ Р.С. Ризики ведення бізнесу в умовах війни / Р.С. ЛЕПСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 156-157

ДОЛИНА І.В., канд. екон. наук, професор, НТУ «ХП»

КУЧІНА С.Е., канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХП»

ВІДМІННІСТЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ ВІД ІНШИХ ПЛАНОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Бізнес-план, як жодної з інших планів фірми, має зовнішню спрямованість і перетворюється на свого роду товар, продаж якого має принести максимальний прибуток. Отже, на відміну від традиційного плану економічного та соціального розвитку підприємства бізнес-план враховує не лише внутрішні цілі підприємницької організації, а й зовнішні цілі осіб, які можуть бути корисними для нової справи. Крім того, у бізнес-плані основна увага зосереджена на маркетингових та фінансово-економічних аспектах бізнесу, тоді як науково-технічні, технологічні та соціальні сторони представлені менш детально.[1]

Ближчий до бізнес-плану документ - це техніко-економічне обґрунтування (ТЕО). Головна відмінність ТЕО від бізнес-плану полягає в тому, що техніко-економічне обґрунтування – це специфічний плановий документ для створення та розвитку промислових об'єктів. Тому особливий наголос у структурі ТЕО зроблено на виробничо-технічні аспекти проекту, а комерційні, ринкові проблеми майбутнього бізнесу залишаються майже нерозкритими. Крім того, відмінність бізнес-плану від ТЕО полягає у його стратегічній спрямованості. Отже, ТЕО має набагато вужчий, специфічніший характер в порівнянні з бізнес-планом. [2]

Бізнес-план є одним із ключових елементів стратегічного планування. Як і стратегічний план організації, він охоплює досить тривалий період, зазвичай 3 – 5 років, іноді більше. Однак між бізнес-планом та стратегічним планом існує низка відмінностей:

- на відміну від стратегічного плану бізнес-план включає не весь комплекс загальних цілей фірми, а лише одну з них – ту, яка пов'язана зі

створенням та розвитком певного нового бізнесу;

- стратегічні плани - це зазвичай плани з зростаючим горизонтом часу. Бізнес-план має чітко окреслені часові рамки;

- у бізнес-плані функціональні складові (плани виробництва, маркетингу та інших.) мають значно вагоміше значення, ніж у стратегічному плані, є повноправними, рівноважними частинами структури бізнес-плану.[3]

У разі ринкової економіки функції ТЕО дедалі частіше виконують інвестиційні проекти, які найбільш близькі до бізнес-плану за структурою та характером викладу матеріалу. Поняття інвестиційного проекту можна використовувати у випадках: як інвестиційна діяльність, система організаційно-правових, аналітичних, інженерно-технічних, економічних пріоритетів і розрахунково-фінансових документів, необхідних для обґрунтування та проведення відповідних робіт з реалізації проекту.[4] Бізнес-план організації іноді виступає стосовно інвестиційного проекту як документ, що є планами розробки та реалізації відповідної частини інвестиційного проекту.

Таким чином, інвестиційний проект та бізнес-план можуть бути близькими за структурою. Структура бізнес-плану схожа на інвестиційний проект, особливо в тій його частині, де проводиться обґрунтування інвестиційного задуму.

Список літератури:

1. *Должанський І.З., Загорна Т.О.* Бізнес-план. Технологія розробки. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
2. *Кондратюк О.М., Пишеничний В.І.* Бізнес-планування в підприємницькому середовищі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип. 26. Ч. 1. С. 90-94.
3. *Єзупов Ю.* Система планів сучасного промислового підприємства. Економіст. 2017. № 5. С. 13–21.
4. *Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р.* Бізнес-планування підприємницької діяльності. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с. Котлубай В. О. Практикум для проходження тренінг-курсів : «Створення власного бізнесу» ; «Розробка конкурентної стратегії» ; «Розвиток напрямів та інструментів міжнародного бізнесу» / В. О. Котлубай, О. В. Слободянюк, К. С. Нестерова. – Одеса, 2021. – 116 с.

Бібліографія: *ДОЛИНА І.В., КУЧІНА С.Е.* Відмінність бізнес-плану від інших планових документів / *І.В. ДОЛИНА, С.Е. КУЧІНА* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 158-159

ВПЛИВ ВВЕДЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ

Воєнний стан - це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. [1]

Введення військового стану може бути необхідним в умовах військового конфлікту або інших надзвичайних ситуацій і є вимушеною мірою реакції на зовнішні або внутрішні чинники. Військовий стан безумовно впливає на всі аспекти функціонування держави, але першочергово розглянемо особливості протікання економічних процесів

Важливо розуміти економічні ризики несе за собою введення даного стану:

- Зниження внутрішньої та зовнішньої інвестиційної активності
- Зменшення виробництва та зріст витрат
- Переорієнтація споживчих витрат
- зміна торговельних відносин
- Збільшення боргів

Найбільш вразливими до впливу чинників такого характеру являються малі підприємства та ФОП, в першу чергу через низьку ресурсну базу, яка

суттєво залежить від перелічених чинників. В свою чергу підприємства середнього та великого бізнесу мають можливість підтримувати конкурентоспроможність в тому числі за рахунок переорієнтації на виконання державних замовлень, отримання контрактів з урядом, що в свою чергу дає можливість проводити короткострокове та середньострокове планування з урахуванням ризиків.

Слід розуміти що повністю спрогнозувати ризики та передбачити чинники їх запобігання неможливо і система планування залишається умовно нестабільною та залежною, тому потребує більш детального дослідження кожного з аспектів свого функціонування.

Список літератури:

1. Про правовий режим воєнного стану : закон України від 12.05.2015 № 389-VIII // База даних (БД) «Законодавство України» / Верховна Рада (ВР) України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19>

Бібліографія: ЛЕПСЬКИЙ Р.С. Вплив введення військового стану на економічні процеси / Р.С. ЛЕПСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 160-161

KHODYRIEVA O.O., PhD, assistant, NTU «KhPI»

KOBIELIEVA T.O., Doctor of Economics, professor, NTU «KhPI»

ETHICAL CONSIDERATIONS IN CHANGE MANAGEMENT

Change is an unavoidable aspect within any organization and may stem from the necessity to enhance resource allocation, restructure business processes, streamline budgets, or other factors prompting an organizational overhaul. Change agents can be external, internal, or a hybrid of the two. In dealing with intricate matters, a hybrid of external and internal change agents becomes necessary due to the extensive knowledge base required to instigate change [1]. Irrespective of the origin of the change catalyst, numerous ethical considerations may surface during the change process.

Ethical considerations in change management are crucial to ensure that the change process is not only effective but also fair, respectful, and sustainable. It is appropriate to highlight the main ethical principles on which changes should be based:

- honesty and transparency: which involves clearly communicating the reason for the change and avoiding misleading employees. Managers have an ethical duty to communicate openly and frequently about the reasons for change, the process, expected outcomes, impacts on jobs, etc:

- fairness and equity: change can often advantage some groups while disadvantaging others. Managers should strive to ensure the change process and outcomes are as fair and equitable as possible across all affected stakeholders. Special consideration may be needed for more vulnerable groups;

- employee involvement: employees are an important part of the change process and should be encouraged to participate in decision-making and implementation

- communication: managers should share information about changes and give employees the opportunity to comment and express their opinions to create an

open and transparent change management process;

- considering impacts: change managers need to carefully assess and mitigate or support employees through the human impacts of organizational change.

Responsible change management considers well-being, work-life balance and mental health impacts;

- organizational culture: it is advisable to develop a code of ethics before beginning the change process and foster a culture of integrity, departmental openness, constructive criticism, policy compliance and respect in the workplace.

Despite the inevitable presence of resistance to change, the organization's leadership must advocate for ethical change by fostering an appropriate organizational culture. Ethical behavior includes such traits as transparency of change, constructive feedback, transparent communication, compliance with corporate policies and mutual respect in the workplace. Ethical change can be implemented by minimizing resistance by cultivating an ethical organizational environment [2].

By considering these ethical principles in change management, organizations promote a more inclusive, respectful and sustainable approach to organizational transformation. Adherence to ethical principles helps to create more humane, responsible and mutually beneficial change processes compared to simply implementing changes from the top down regardless of the consequences. Managers who follow these considerations gain the trust of their subordinates and usually achieve better change results.

References:

1. **Botyarov M.** Ethics and Organizational Change Management. LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/ethics-organizational-change-management-michael-botyarov/>
2. **Siripipatthanakul S.** Ethical change management: review article. SSRN electronic journal. 2021.

Бібліографія: KHODYRIEVA O.O., KOBIELIEVA T.O. Ethical considerations in change management / O.O. KHODYRIEVA, T.O. KOBIELIEVA // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 162-163

СЕКЦІЯ 10 – ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ, ЯК ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

КРАМСЬКОЇ О.Ю., аспірант, НТУ «ХП»

КУЧИНСЬКИЙ В.А., к.е.н., доцент, НТУ «ХП»

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ

Трансформація від індустріальної економіки, що ґрунтувалася на товарному виробництві, до економіки знань, заснованої на накопиченні та формуванні ключових компетенцій, а також на зростанні значення послуг у господарській та соціальній дійсності, позначилися і на характері конкуренції. Мережеві відносини формують нові умови співробітництва компаній, що призводить до підвищення привабливості мережі в очах споживача, а також створюють конкуренцію всередині мережі між її представниками, що базується на здатності генерувати унікальні знання [1].

У нових економічних умовах всі суб'єкти соціально-економічної системи, які прагнуть стійкого функціонування, змушені проходити через процес цифрової трансформації. Цифрова трансформація забезпечує максимально повне розкриття потенціалу цифрових технологій через їх використання у всіх аспектах бізнесу. Цифрова трансформація – це впровадження сучасних цифрових технологій у бізнес-процеси соціально-економічних систем [1-4].

Процес трансформації, переважно, визначається наступним [4-8]:

1. Економіка знань крім традиційних економічних чинників, таких як праця, капітал, підприємницька здатність і земля, включає такий новий чинник, як знання. Знання починає займати лідируючу позицію серед інших економічних змінних у

процесі створення конкурентних переваг компаній, галузей, країн та формування вартості продукту та послуги.

2. Розвиток інформаційних технологій вплинув на те, що знання дуже швидко проходять шлях від своєї унікальності до перетворення на суспільне благо, зберігаючи конкурентну перевагу на короткий період. Тобто тривалість інноваційного циклу, пов'язаного з новими знаннями, скорочується. Конкурентні переваги можна отримати лише за виникнення знань, оскільки у процесі свого поширення знання дуже швидко трансформуються на суспільне благо. Таким чином, необхідно розуміти, що в економіці знань конкурентна перевага формується не за рахунок знання, а за рахунок здатності швидко створювати і ефективно впроваджувати це унікальне знання.

3. Нова роль знань загалом зумовлена як доступністю, а й розширенням можливостей їх використання і створення. Завдяки інформаційним технологіям, з'явилася можливість у глобальному масштабі формувати соціальні мережі, що надає суспільству динаміки. У зв'язку з цим дуже швидко поширюються різні інновації, але на першій план виходить задоволення потреб у вигляді різноманітних послуг.

Цифрова трансформація передбачає не тільки встановлення сучасного обладнання чи програмного забезпечення, а й фундаментальні зміни у підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій. В результаті підвищуються продуктивність кожного співробітника та рівень задоволеності клієнтів, а компанія набуває репутації прогресивної та сучасної організації [1-4].

Список літератури:

1. **Багацька К., Гейдор А.** Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Київ : КНТЕУ, 2019. № 5. С. 23-32 с.
2. **Жосан Г.** Стан розвитку діджиталізації в Україні. Економічний аналіз. 2020. Том 30. № 1. Частина 2. С. 44-52.
3. **Лазебник Л.Л.** Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2018. Вип. 2. С. 69-74.
4. **Брінцева О. Г., Біловус О. С.** Інформаційні технології в управлінні персоналом підприємства: сучасні тенденції. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2018. № 1. С. 264-271.
5. **Кучинський В.А., Погорелов С.М.** Використання економіко-математичних моделей для прийняття ефективних рішень в сфері управління персоналом. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2023. №2. С. 109-116.
6. **Кучинський В.А., Гайдукова А.Д.** Управління інноваційним потенціалом підприємства. Вісник Нац. техн. унту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. № 60 (1169). С. 17-22.
7. **Кучинський В. А., Коробка Н.А.** Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проєктів. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр.

Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ". 2011. № 7. С. 112-117.

8. Кучинський В.А. Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2009. 21 с.

Бібліографія: КРАМСЬКОЇ О.Ю., КУЧИНСЬКИЙ В.А. Цифрова трансформація бізнес-процесів як основний чинник ефективності функціонування сучасних компаній / **О.Ю. КРАМСЬКОЇ, В.А. КУЧИНСЬКИЙ** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 164-166

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Останні десятиліття характеризуються швидким розвитком інформаційних технологій, впровадженням їх в різноманітні технічні, соціальні та економічні системи. Активний перехід до цифрової економіки та стрімкий розвиток інформаційних технологій актуалізують перед підприємствами завдання пошуку нових моделей управління бізнесом. Формування та розвиток digital-стратегії, інтегрованої з бізнес та HR-стратегіями, стає необхідною умовою забезпечення сталого конкурентного становища підприємства на ринку завдяки його трансформації в технологічне [1-5].

Управління людськими ресурсами є динамічною підсистемою підприємства, і якісне переосмислення методів і технологій управління персоналом спричиняє значний вплив на результат підприємства в цілому, що підтверджує особливу важливість вивчення впливу диджиталізації на цю управлінську сферу [1-5].

Виділяють наступні основні тенденції використання новітніх технологій і цифрового підходу в управлінні персоналом сучасного підприємства [2-6]:

- перехід від систем обліку до систем залучення – персонал отримує можливість приймати активну участь в організації та управлінні діяльністю підприємством і впливати на ефективність його функціонування;
- мобільність використовуваних додатків – дозволяє підтримувати зв'язок з працівниками навіть на відстані;
- впровадження рішень, що базуються на аналітичних і наукових дослідженнях;
- використання штучного інтелекту для автоматизації процесів управління персоналом;
- зміни в концепції управління персоналом – поглиблена

трансформація методології, системи і технологій управління персоналом на основі активного використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів та підвищення їх ефективності;

- процес злиття систем управління людськими ресурсами та систем управління талантами в єдиній HR платформі.

Відбувається трансформація найважливішої управлінської підсистеми – системи управління персоналом під впливом цифрової економіки. На стику цифровізації та управління персоналом виникають нові форми управління – діджиталізоване управління персоналом. Під діджиталізованим управлінням персоналом розуміють парадигму управління людським капіталом, яка передбачає формування активного інформаційно-цифрового простору для ефективного використання праці, досвіду та талантів співробітників [1, 6-7].

Основними характеристиками діджиталізованого управління персоналом є: головний ресурс – синергія талантів та цифрових технологій; організаційні особливості – проектна робота; вид праці – інтелектуальна; підхід до управління – управління командами; основа підвищення ефективності трудових процесів – впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та інноваційних персонал-технологій [1-7].

Список літератури:

1. **Жосан Г.** Стан розвитку діджиталізації в Україні. Економічний аналіз. 2020. Том 30. № 1. Частина 2. С. 44-52.
2. **Кучинський В.А., Погорелов С.М.** Використання економіко-математичних моделей для прийняття ефективних рішень в сфері управління персоналом. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2023. №2. С. 109-116.
3. **Кучинський В. А., Гуцан О. М.** Формування ефективної системи мотивації персоналу на основі моделей компетенцій. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 4. С. 45-51.
4. **Кучинський В.А., Гайдукова А.Д.** Управління інноваційним потенціалом підприємства. Вісник Нац. техн. унту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. № 60 (1169). С. 17-22.
5. **Кучинський В. А., Коробка Н.А.** Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проектів. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ". 2011. № 7. С. 112-117.
6. **Брінцева О. Г., Біловус О. С.** Інформаційні технології в управлінні персоналом підприємства: сучасні тенденції. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2018. № 1. С. 264-271.
7. **Кучинський В.А.** Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2009. 21 с.

Бібліографія: КУЧИНСЬКИЙ В.А. Вплив інформаційних технологій на розвиток процесів управління персоналом на підприємстві / В.А. КУЧИНСЬКИЙ // Результати наукових конференцій

Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т.
– Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 167-169

ВОЗНЮК Є.О., аспірант НТУ «ХП»

КУЧИНСЬКИЙ В.А., к.е.н., доцент НТУ «ХП»

ОСНОВНІ ТРЕНДИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В сучасних умовах розвитку економіки, фахівці та керівники компаній розуміють, що без використання цифрових технологій вони не зможуть успішно конкурувати, так як досить високо оцінюють ефективність вже впроваджених цифрових рішень. Але вони підходять до цих технологій дуже прагматично, вибираючи те, без чого вже неможливо вести бізнес [1-3].

В цих умовах, як основні технологічні тренди діджиталізації бізнес-процесів можна виділити наступні [1-8]:

- масове впровадження інтелектуальних датчиків в обладнання та виробничі лінії (технології індустріального Інтернету речей);
- перехід на масове впровадження роботизованих технологій;
- перехід на зберігання інформації та проведення обчислень із власних потужностей на розподілені ресурси (хмарні технології);
- наскрізна автоматизація та інтеграція виробничих та управлінських процесів у єдину інформаційну систему;
- перехід на обов'язкову оцифровану технічну документацію та електронний документообіг;
- цифрове проектування та моделювання технологічних процесів, об'єктів, виробів на всьому життєвому циклі від ідеї до експлуатації;
- застосування мобільних технологій для моніторингу, контролю та управління процесами у житті та на виробництві;
- розвиток технологій промислової аналітики;
- масове індивідуальне виробництво (персоніфікація товарів не збільшуватиме вартість за рахунок використання адитивних технологій);
- сервісна бізнес-модель та прогнозне обслуговування;

- прогнозування якості і відстеження стану;
- спільне використання ресурсів і миттєве реагування;
- цифрові робочі місця;
- промисловий інтернет речей.

Застосування діджиталізації створює низку конкурентних переваг бізнесу в розрізі бізнес-процесів, а саме підвищуючи їх рівень гнучкості, надаючи можливість вчасно приймати ефективні управлінські рішення на основі швидкого та якісного аналізу та миттєво здійснювати обмін інформацією. Діджиталізація бізнес-процесів здійснюється з урахуванням сигналів ризикових змін на основі принципів дієвості, узгодженості, вчасності, уникненні ризиків. Діджиталізації бізнесу – це реорганізація бізнес-процесів на основі цифрових і комунікаційних технологій з метою підвищення їх ефективності за рахунок поєднання традиційних функції бізнесу з цифровими [1-3].

Список літератури:

1. *Лазебник Л.Л.* Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2018. Вип. 2. С. 69-74.
2. *Бринцева О. Г., Біловус О. С.* Інформаційні технології в управлінні персоналом підприємства: сучасні тенденції. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2018. № 1. С. 264-271.
3. *Багацька К., Гейдор А.* Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Київ : КНТЕУ, 2019. № 5. С. 23-32 с.
4. *Кучинський В.А., Погорелов С.М.* Використання економіко-математичних моделей для прийняття ефективних рішень в сфері управління персоналом. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків: НТУ «ХПІ». 2023. №2. С. 109-116.
5. *Кучинський В. А., Гуцан О. М.* Формування ефективної системи мотивації персоналу на основі моделей компетенцій. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 4. С. 45-51.
6. *Кучинський В.А., Гайдукова А.Д.* Управління інноваційним потенціалом підприємства. Вісник Нац. техн. унту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. № 60 (1169). С. 17-22.
7. *Кучинський В. А., Коробка Н.А.* Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проєктів. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХПІ". 2011. № 7. С. 112-117.
8. *Кучинський В.А.* Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2009. 21 с.

Бібліографія: ВОЗНЮК Є.О., КУЧИНСЬКИЙ В.А. Основні тренди діджиталізації бізнес-процесів в сучасній економіці / Є.О. ВОЗНЮК, В.А. КУЧИНСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 170-171

**СЕКЦІЯ 11 – ПІДПРИЄМСТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ:
ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ
РОЗВИТКУ В ЦИФРОВУ ЕРУ**

БАЛКОВА А.П., магістр, НТУ «ХПІ»

УГРИМОВА І.В., к.е.н., доцент, кафедра менеджменту, НТУ «ХПІ»

**ТОВАРНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Головною метою кожного підприємства є підвищення його конкурентоспроможності та ефективності. У сучасних умовах одним із найважливіших елементів організації підприємства є його товарна політика. Це норма в бізнес-структурах. У нинішній економічній ситуації неможливо досягти позитивних результатів без вдосконалення товарної політики та передбачення наслідків.

Товарна політика є стрижнем маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення щодо умов виробництва продукції та методів її просування від виробника до кінцевого споживача.

Неможливо відокремити товарну політику від реального стану компанії. Основне місце в комплексі маркетингу займає товар (виготовлений продукт). Він повинен відповідати реальним потребам і потребам людей, а маркетинг має на меті допомогти кожному виробнику визначити та забезпечити його задоволення краще, ніж конкуренти [1].

Товарна політика пов'язана з конкретною діяльністю виробника товару. Грамотно сформульована товарна політика дозволяє не тільки оптимізувати процес оновлення асортименту, але й служить керівництву компанії індикатором загального напрямку дій щодо виправлення поточних ситуацій, що виникають у процесі діяльності компанії.

Розробка та реалізація товарної політики вимагає дотримання певних умов: чітке уявлення про виробничі цілі; збут та експорт на майбутнє; наявність стратегії виробничо-збутової діяльності підприємства; добре знання ринку та характеру його вимог; повне уявлення про можливості компанії та ресурси зараз і в майбутньому.

До основних цілей товарної політики виробничого підприємства відносяться: забезпечення конкурентних переваг за рахунок пропонованого асортименту; завоювання більшої частки ринку та вихід на нові ринки; досягнення прибутку в результаті збільшення продажів після оптимізації структури асортименту продукції, що випускається; формування іміджу компанії завдяки пропонованому асортименту, який постійно оновлюється; удосконалення товарної політики підприємства щодо переваг споживачів тощо.

Оскільки товарна політика впливає на прибуток і конкурентоспроможність підприємства, необхідно аналізувати та оцінювати його діяльність з товарами в цілому від моменту виробництва до продажу. Товар повинен бути оцінений перед виходом на ринок.

Формування цінової політики потребує системного підходу до інформаційного забезпечення для обґрунтування управлінських рішень щодо ціноутворення. У плані формування цінової політики використовуються як прямі, так і непрямі методи управління цінами на вироблені товари.

Товарна політика – це сукупність управлінських рішень, що ведуть до створення оптимального асортименту продукції, підтримки конкурентоспроможності продукції на належному рівні та виведення її на ринок. Крім того, однобічність такого підходу, оскільки товар у складі маркетингового комплексу являє собою набір засобів, що включає асортимент.

Товарна політика компанії впливає на її розвиток, однак при її формуванні враховується маркетингова стратегія і бізнес-активність, тобто виробляється і пропонується покупцям конкретний продукт, розміщується в певних сегментах ринку і відповідно продається споживачам.

Крім того, слід зазначити, що основою для формування ефективної

товарної політики є стабільні показники господарської діяльності підприємства: кількісні, якісні, родові та цінові, які дозволяють планувати майбутнє (бренд, просування, комунікації, клієнтська база, імідж тощо).

Основні завдання товарної політики представлені на рисунку 1.

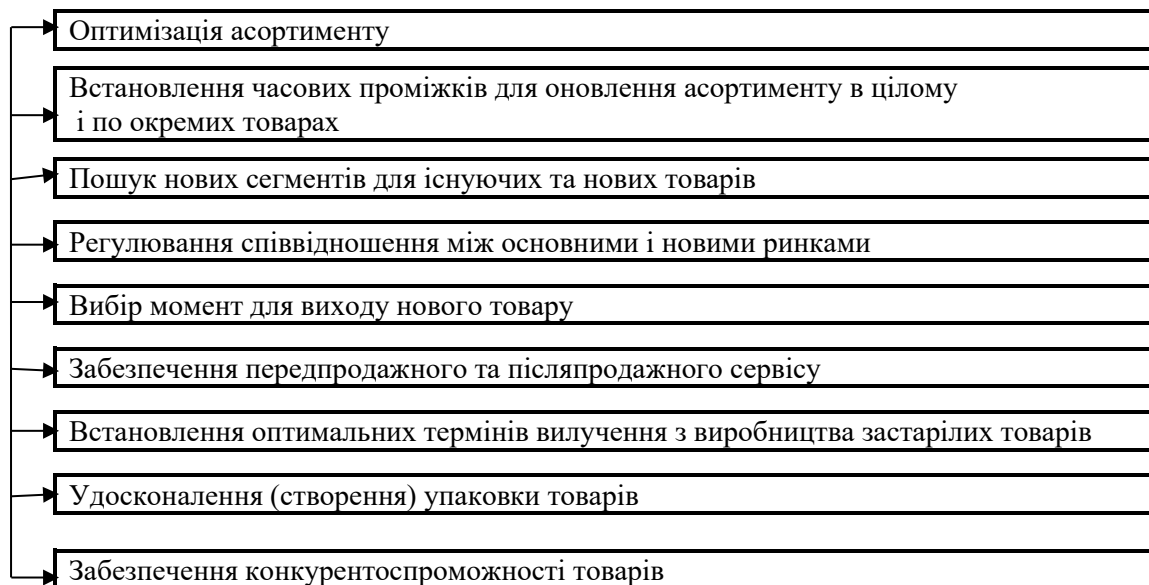


Рисунок 1 – Основні завдання товарної політики [2]

Оскільки переважна більшість виробників випускає на ринок не один, а кілька продуктів, рішення щодо товарної політики приймаються на трьох рівнях: 1) управління товарною номенклатурою – оптимізація товарного портфеля шляхом усунення неперспективних товарних груп; 2) управління товарним асортиментом – оптимізація товарного асортименту, прийняття рішень про його оновлення; 3) бренд-менеджмент – вибір стратегії бренду, цільових сегментів ринку і позиціонування бренду, брендингової політики. [2].

На практиці товарна політика підприємства поєднує в собі асортиментну і брендову політику.

Таким чином, товарна політика охоплює всю маркетингову систему – від ідеї створення продукту до його виведення з ринку.

Список літератури:

1. *Потапюк І.П., Прокopenко О.В., Родько О.С.* Особливості формування товарно-цінової

політики сучасних підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 36/2019. С. 254–259. DOI: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/14640>

2. **Дячков Д.В., Потапюк І.П., Яковенко І.О.** Особливості товарної політики підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. – 2020. № 27. С. 46-51.

Бібліографія: БАЛКОВА А.П., УГРІМОВА І.В. Товарна політика як основа підвищення ефективності та конкурентоспроможності / **А.П. БАЛКОВА, І.В. УГРІМОВА** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 172-175

ЛИТВИНЮК Є.І., аспірант, Національний університет «Одеська політехніка»

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНОМУ КОНТРОЛІ

Розвиток умов розробки цифрових сервісів і платформних рішень, які спрямовані на вибудовування систем управління цією сферою, координацію та моніторинг даних та аналіз інформації – сьогодні є однією з умов цифрової трансформації в сфері будівництва.

Цифрова трансформація державного управління – це не просто автоматизація та оптимізація окремих процесів при наданні державних послуг, а впровадження та використання тих чи інших сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на користь забезпечення діяльності державних органів. Вона покликана якісно змінити зміст державного управління, у тому числі окремі його процедури, стадії управлінського циклу, державні функції, їх склад та типи [1].

В Україні і в зарубіжних країнах цифрова трансформація розглядається як драйвер підвищення доступності та якості державних послуг, однак потенціал застосування проривних цифрових технологій не обмежується лише певним типом державних функцій. Значними є можливості сучасних цифрових технологій для трансформації вироблення державної політики та нормотворення, адміністрування доходів, управління державним майном, контрольно-наглядової діяльності.

Цифрова трансформація передбачає якісну зміну на основі цифровізації системи державного управління, у тому числі окремих процедур, стадій управлінського циклу, державних функцій та їх типів, що призводить до підвищення якості функціонування системи державного управління. Тому перехід контрольно-наглядової діяльності в будівництві до цифрового формату є не лише одним із значущих компонентів оновлення контрольно-наглядової

діяльності, а й елементом цифрового розвитку України в цілому.

Саме тому, цифрова трансформація архітектурно-будівельного контролю та нагляду – це зміна на основі цифровізації змісту держуправління та нагляду, що призводить до підвищення якості, результативності та ефективності архітектурно-будівельного контролю та зниження необґрунтованого державного втручання.

Створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва (ЄДЕССБ) – стало ключовим результатом Реформи цифровізації будівництва. Це загальнонаціональна інформаційна система, що покликана впорядкувати процес будівництва в Україні і через максимальну публічність інформації зробити його прозорим та вільним від корупції. Вона призначена реалізувати весь життєвий цикл будівництва об'єкту починаючи з отримання містобудівних умов та обмежень і закінчуючи його введенням в експлуатацію [2].

ЄДЕССБ здійснює електронну інформаційну взаємодію у режимі реального часу з іншими електронними інформаційними системами: Державним земельним кадастром, Державним реєстром речових прав на нерухоме майно, Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, Єдиним реєстром з оцінки впливу на довкілля, Єдиним державним реєстром судових рішень, Єдиним державним реєстром виконавчих документів, Державним реєстром нерухомих пам'яток України, Державним реєстром загальнообов'язкового державного соціального страхування, інтегрованою автоматизованою системою державного нагляду (контролю).

ЄДЕССБ передбачає максимальну автоматизацію усіх процесів державного регулювання в будівництві з метою подолання корупції у цій сфері. Увесь процес документального супроводу зведення будівель усіх класів наслідків (СС1, СС2 та СС3) перевели в онлайн. Документи не можна підробити, а кожен рух, акт і підпис можна відстежити.

ЄДЕССБ є частиною екосистеми DREAM (Digital Restoration Ecosystem for Accountable Management) – це державна електронна екосистема, яка

забезпечує єдиний цифровий маршрут для всіх проєктів відбудови. Громади можуть створювати свої проєкти, презентувати їх міжнародним партнерам для залучення фінансових ресурсів та управляти процесом будівництва. DREAM дозволяє будь-кому та де завгодно контролювати результативність і ефективність реалізації проєктів та використовувати цю інформацію для зменшення ризиків, створення точної звітності та покращення якості проєктів в цілому.

За підрахунками експертів, реальний антикорупційний ефект від цифровізації будівництва вже сягає півтора мільярда гривень на рік, а економія для держави – 9,6 мільярда гривень [3].

Тобто, функціонування ЄДЕССБ дозволить впорядкувати процес будівництва в Україні через максимальну публічність інформації зробити його прозорим та вільним від корупції, реалізувати весь життєвий цикл будівництва об'єкту починаючи з дотримання містобудівних умов та обмежень, закінчуючи його введенням в експлуатацію;

Запровадження ЄДЕССБ слід вважати значним проривом у сфері інформаційного забезпечення будівельної галузі. Інформаційні технології дозволяють акумулювати та аналізувати відомості про житловий та нежитловий фонд, завдану йому шкоду та стануть гарантією прозорості використання коштів, що має підвищити привабливість України для інвесторів.

Список літератури:

1. Тищенко І.О. *Електронні послуги у діяльності публічної адміністрації України*: монографія. Дніпро: Дніпроп. державний університет внутрішніх справ, 2017. 156 с.
2. В Україні введено в експлуатацію Єдину державну електронну систему у сфері будівництва.
URL: <https://sud.ua/uk/news/ukraine/255888-v-ukraine-vvedena-v-ekspluatatsiyu-edinaya-gosudarstvennaya-elektronnaya-sistema-v-sfere-stroitelstva>
3. Кабінет забудовника – як працює? URL: https://www.asterslaw.com/ua/press_center/publications/electronic_cabinet_of_a_developer_in_ukraine/

Бібліографія: ЛИТВИНЮК Є.І. Вплив цифровізації на трансформаційні процеси у архітектурно-будівельному контролі / Є.І. ЛИТВИНЮК // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегія інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 176-178

СКОМКИНА Д.А., магістрант, НТУ «ХПІ»

БЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б., канд. техн. наук, доцент, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ»

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОЛЬЩІ

Система технічного регулювання є важливою складовою національної економіки, яка забезпечує якість та безпеку товарів і послуг, що отримують споживачі [1]. Польща, як член Європейського Союзу, використовує власну систему технічного регулювання, яка регулюється стандартами ЄС та має свої особливості. Аналіз системи технічного регулювання в Польщі, зокрема законодавства та інфраструктури в цій сфері, є важливим для розуміння функціонування та впливу цієї системи як на економіку Польщі, так і на польське суспільство зокрема.

Законодавство Польщі в сфері технічного регулювання містить ряд нормативних актів і законів, спрямованих на забезпечення якості, безпеки та відповідності виробів та послуг вимогам національних та міжнародних стандартів. Розглянемо деякі з цих законів:

1. Закон про безпеку продукції та послуг (*Prawo o produktach i usługach bezpiecznych*), який встановлює вимоги щодо безпеки продукції та послуг, включаючи процедури оцінки відповідності і визнання конформності з вимогами стандартів [2].

2. Закон про метрологію (*Prawo o metrologii*), який регулює питання метрології, вимірювань та стандартів у Польщі, включаючи акредитацію лабораторій та органів оцінки відповідності.

3. Закон про стандартизацію (*Prawo o normalizacji*), який регулює стандартизацію та встановлення стандартів для продукції та послуг у Польщі.

4. Закон про безпеку та якість продукції (*Prawo o bezpieczeństwie i jakości produktów*), який встановлює вимоги до безпеки та якості продукції, включаючи маркування та забезпечення безпеки для споживачів [3].

5. Закон про технічний нагляд (Prawo o nadzorze technicznym), який регулює технічний нагляд за будівельними роботами та іншою технічною діяльністю [4].

Інфраструктура Польщі в сфері технічного регулювання включає в себе низку організацій, установ і процедур, спрямованих на забезпечення якості та безпеки продукції та послуг. Ось деякі ключові елементи цієї інфраструктури: 1) Міністерство розвитку та торгівлі, яке визначає політику технічного регулювання, розробляє відповідні нормативи та стандарти, а також надає директиви органам, відповідним за технічний нагляд та регулювання; 2) Головне управління якості продукції та технічного нагляду (Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych), що відповідає за контроль якості харчових продуктів та товарів, які використовуються в господарстві; 3) Головне управління нагляду за будівельними роботами, яке відповідає за технічний нагляд за будівництвом та вимагає виконання будівельних норм та стандартів; 4) Польський Інститут Стандартизації (Polski Instytut Normalizacyjny, PKN) – це національний орган стандартизації, який відповідає за розробку, публікацію та поширення національних стандартів; 5) Головна метрологічна служба (Główny Urząd Miar, GUM) – це центральний метрологічний орган у Польщі, який відповідає за розробку та утримання національних стандартів одиниць вимірювань. Таким чином, у роботі розглянуто законодавчу базу Польщі в сфері технічного регулювання та інфраструктуру країни в цій сфері.

Список літератури:

1. **Білоцерківський О.Б.** Основи стандартизації, метрології та управління якістю: текст лекцій для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Харків: «Точка», 2017. 190 с.
2. Польський Нормалізуючий Комітет: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <https://www.pkn.pl/>
3. Польський Центр Акредитації: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <https://www.pca.gov.pl>
4. Головний Інспекторат Торгової Якості Аграрно-споживчих Статей: офіційний веб-сайт. – Режим доступу: <https://www.gov.pl/web/ijhars/inspekcja-jakosci-handlowej-artykulow-rolno-spozywczych>

Бібліографія: *СКОМКІНА Д.А., БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Особливості системи технічного регулювання Польщі / Д.А. СКОМКІНА, О.Б. БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 179-180*

ГУЦАН Т.Г., канд. пед. наук, доцент, ХНПУ імені Г.С. Сковороди

ЛИСАК Н.П., студент, ХНПУ імені Г.С. Сковороди

АЛЬТКОЇНИ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ

Альткоїни (altcoins) – це криптовалюти, які використовуються як альтернатива Bitcoin. Кожна з альткоїнів має свої особливості та переваги порівняно з Bitcoin. Серед популярних альткоїнів можемо визначити Near (NEAR), Atom (ATOM), Tron (TRX), BNB (Binance Coin).

Near (NEAR) – це блокчейн-платформа, яка пропонує швидкість обробки транзакцій на рівні мільйонів за секунду, що дозволяє забезпечити масштабованість та ефективність для децентралізованих додатків. Відмінність NEAR від Bitcoin полягає в технології, яка базується на Proof of Stake з шардингом. Це означає, що мережа NEAR розділяється на набір менших блокчейнів, які називаються «шардами», кожен з яких може обробляти окрему частину транзакцій, що призводить до зростання швидкості обробки транзакцій та масштабованості, тому що не всі транзакції потрібно обробляти в одному блокчейні. Іншою важливою особливістю технології NEAR є механізм "Nightshade", який дозволяє різним шардам спілкуватися між собою та забезпечує взаємодію між ними в разі потреби [2].

Atom (ATOM) – це блокчейн-платформа, що базується на консенсус-протоколі Tendermint та пропонує інтероперабельність між різними блокчейнами та протоколами за допомогою IBC (Inter-Blockchain Communication Protocol), що дозволяє обмінюватися цифровими активами між різними блокчейнами. Atom використовує алгоритм Proof of Stake (PoS), що дозволяє більш швидко та ефективно забезпечувати безпеку мережі [3].

Одним з блокчейн-платформ, що базується на консенсус-протоколі Delegated Proof of Stake (DPoS) та пропонує швидкість обробки транзакцій на рівні тисяч за секунду є TRON (TRX). TRON пропонує набір інструментів для розробки децентралізованих додатків та мережі, що дозволяє створювати

різноманітні сервіси, які працюють на базі блокчейн. Найбільше використовують для обміну віртуальних доларів саме цей блокчейн через фіксовану плату та відносну швидкість транзакцій [1].

BNB (Binance Coin) – це токен, що використовується на платформі Binance (одній з найбільших криптобірж у світі) як засіб оплати за послуги, а також має власну блокчейн-платформу Binance Smart Chain (BSC), яка базується на консенсус-протоколі Proof of Staked Authority (PoSA) та пропонує швидкість обробки транзакцій на рівні 100 транзакцій за секунду. Binance Smart Chain також пропонує інтероперабельність з Ethereum, що дозволяє використовувати розумні контракти та цифрові активи Ethereum на платформі Binance [4].

Отже, здійснивши аналіз альткоїнів, бачимо, наскільки різні технології використовуються на ринку, це така собі природна конкуренція за найбільшу ефективність у сфері блокчейнів. Звісно, що перемога для любого блокчейну буде масадопшин саме в його мережі, бо він отримує сплату за транзакції, а всі подібні проекти є комерційним (тобто звичайними бізнесами).

Інвестування в альткоїни є високоризикованою галуззю, яка може принести великий прибуток або втрату інвестицій. Однією з основних переваг альткоїнів є їхній потенціал для швидкого зростання ціни в порівнянні з Біткоїном. Для порівняння в середньому при 100% прибутку у Біткоїні, монета Ефіріум дає 150-200% прибутку. Така волатильність може привести як до великих прибутків, так і до значних втрат.

Іншою перевагою альткоїнів є їхній потенціал для інновацій у галузі блокчейн-технологій. Нові альткоїни можуть мати покращену технологію й функціонал порівняно з Біткоїном. Наприклад, деякі альткоїни можуть пропонувати вищу швидкість обробки транзакцій, ніж у біткоїна. Втім, така висока волатильність і непередбачуваність графіку цін можуть стати ризиками для інвесторів. Значна частина альткоїнів не має достатньої історії, тому інвесторам може бути складно оцінити їхню реальну цінність. Крім того, в альткоїнів можуть виникати проблеми з безпекою, такі як атаки на мережі або

зломи бірж (якщо це токени конкретних бірж), що може призвести до втрат інвестицій.

Загалом, інвестування в альткоїни є ризикованою справою, але може принести великий прибуток. Інвесторам варто ретельно вивчати кожен криптовалюту та її технологію, щоб зменшити ризики та збільшити можливості заробітку. Важливо також враховувати свої фінансові можливості та інвестувати лише ту суму, яку можна собі дозволити втратити.

Список літератури:

1. Що таке криптовалюта TRON (TRX)? FORKLOG : веб-сайт. URL: <https://forklog.com/cryptorium>
2. What Is NEAR Protocol (NEAR)? Binance-Academy : веб-сайт. URL: <https://academy.binance.com/en/articles/what-is-near-protocol-near>
3. What Is Cosmos (ATOM)? Binance-Academy : веб-сайт. URL: <https://academy.binance.com/en/articles/what-is-cosmos-atom>
4. What Is Cryptocurrency and How Does It Work? Binance-Academy : веб-сайт. URL: <https://academy.binance.com/en/articles/what-is-a-cryptocurrency>

Бібліографія: ГУЦАН Т.Г., ЛИСАК Н.П. Альткоїни: сутність та особливості інвестування / Т.Г. ГУЦАН, Н.П. ЛИСАК // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 181-183

КОЛОБОВА Т.Ю., магістрант, НТУ «ХПІ»

БЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б., канд. техн. наук, доцент, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ»

ІНФРАСТРУКТУРА СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ШВЕЦІЇ

Сучасний світ нестримно розвивається завдяки швидкому науково-технічному прогресу, який впливає на всі сфери життя суспільства. У цьому контексті міжнародне технічне регулювання стає важливим інструментом для забезпечення безпеки, ефективності та взаємодії технологічних інновацій у різних країнах [1]. Однією з ключових складових такого регулювання є аналіз систем технічного регулювання окремих країн, оскільки це дозволяє зрозуміти особливості їхніх підходів та впливати на вдосконалення власних механізмів. Швеція, як інноваційна країна з високим рівнем технологічного розвитку, служить чудовим об'єктом дослідження для вивчення її підходів до технічного регулювання, а також упровадження цих підходів у реальному житті.

Розглянемо інфраструктуру системи технічного регулювання в Швеції. За стандартизацію в країні відповідає Swedish Standards Institute (SIS), або Інститут стандартів Швеції. Це некомерційна організація, що визначається як національний орган зі стандартизації (National Standards Body, NSB). SIS виконує такі основні функції: 1) розробка та утримання стандартів; 2) координація участі в міжнародних організаціях, таких як Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) та Міжнародна електротехнічна комісія (IEC); 3) посередництво та сприяння процесу стандартизації; 4) інформаційна підтримка.

За метрологію в Швеції відповідає національний метрологічний орган – це Шведське метрологічне управління (Swedish National Metrology Institute, SWEDAC). SWEDAC є незалежною від уряду організацією, яка діє в сфері метрології та акредитації. Основні аспекти структури та функцій SWEDAC

включають: 1) метрологічні послуги; 2) акредитацію лабораторій та організацій; 3) участь у міжнародних організаціях з метрології та акредитації, таких як Міжнародна система одиниць (SI) та Європейська координаційна система акредитації (EA); 4) розробку та вдосконалення системи вимірювань; 5) забезпечення взаємодії та відкритості.

За оцінку відповідності, акредитацію та сертифікацію в країні відповідають декілька організацій та агентств: 1) *Swedac (Swedish Board for Accreditation and Conformity Assessment)*. Swedac є національним органом, який відповідає за акредитацію в Швеції. Його функціями є акредитація лабораторій та інших організацій для виконання конкретних видів випробувань, визначення компетентності та відповідності організацій стандартам; 2) *Certification Bodies (органи сертифікації)*. В Швеції існує кілька незалежних органів сертифікації, функціями яких є проведення оцінки відповідності продукції чи систем управління до визначених стандартів, видача сертифікатів, що підтверджують відповідність; 3) *Conformity Assessment Bodies (органи оцінки відповідності)* – це лабораторії, інспекційні органи або інші організації, які виконують оцінку відповідності конкретних продуктів чи систем до встановлених стандартів.

За якість, безпеку та споживчу політику в Швеції відповідає кілька різних організацій та владних структур, зокрема: 1) *Konsumentverket (Consumer Agency)* – це шведське відомство, що відповідає за захист прав споживачів. Воно розробляє та впроваджує політику, спрямовану на забезпечення якості та безпеки товарів та послуг для споживачів. Її функціями є моніторинг ринків для виявлення проблем безпеки та інших недоліків у продуктах, надання порад та інформації споживачам щодо їхніх прав та обов'язків; 2) *Livsmedelsverket (Swedish Food Agency)* відповідає за безпеку та якість продуктів харчування в Швеції. Це агентство встановлює стандарти для продуктів, контролює їхню якість та безпеку. Її функціями є контроль якості та безпеки харчових продуктів, розробка та впровадження правил та стандартів для харчової промисловості; 3) *Tillväxtverket (Swedish Agency for Economic and Regional Growth)* відповідає за підтримку підприємств та економічний розвиток. Це

також включає роботу з підтримкою якості та безпеки товарів та послуг. Функціями цієї організації є надання підтримки підприємствам для забезпечення якості продукції, розвиток та впровадження економічних політик, що сприяють високій якості продукції.

В Швеції за навчання технічному регулюванню відповідає кілька організацій та вищих навчальних закладів, що спеціалізуються на технічних аспектах регулювання та стандартизації, а саме: 1) КТН (Royal Institute of Technology) – це один із провідних технічних університетів в Швеції, який забезпечує вищу освіту в галузі інженерії та технічного регулювання, досліджує та розвиває нові технології та методи; 2) Chalmers University of Technology – це інший видатний технічний університет, який теж забезпечує вищу освіту в галузі інженерії та технічного регулювання, приймає участь у дослідженнях та проектах, пов'язаних із стандартизацією та регулюванням; 3) Swedish Standards Institute (SIS) – це національний орган із стандартизації в Швеції. Крім своєї ключової ролі в розробці та утриманні стандартів, SIS також надає освітні ресурси та здійснює навчання з питань стандартизації та технічного регулювання, організовує семінари, конференції та інші заходи для сприяння обміну знанням у цій сфері.

Таким чином, у роботі досліджено інфраструктуру системи технічного регулювання в Швеції за такими напрямками: 1) стандартизація; 2) метрологія; 3) оцінка відповідності, акредитація та сертифікація; 4) якість, безпека та споживча політика; 5) навчання технічному регулюванню.

Список літератури:

1. **Білоцерківський О.Б.** Основи стандартизації, метрології та управління якістю: текст лекцій для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Харків: «Точка», 2017. 190 с.

Бібліографія: КОЛОБОВА Т.Ю., БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Інфраструктура системи технічного регулювання в Швеції / Т.Ю. КОЛОБОВА, О.Б. БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 184-186

СЕРГІЄНКО О.А., доктор економічних наук, професор, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ»

ШАПРАН Є.М., доктор технічних наук, професор, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ»

САВЧЕНКО Р.О., аспірант, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХПІ»

ВІДОБРАЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ: АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА ПОРОЗІ 2024

Фондовий ринок є однією з важливих складових фінансових систем країн, що йдуть шляхом розвитку ринкової економіки. Він впливає на всіх учасників ринкових відносин, починаючи з домогосподарств та закінчуючи державними фінансовими інститутами. Проте найбільшим чином він впливає на повсякденну діяльність підприємств.

У країнах з розвиненою ринковою економікою, фондовий ринок є одним з найважливіших засобів залучення коштів для юридичних осіб. Таким ж вагомим, як ринок боргових зобов'язань. Останній, можливо, є більш значним, проте зазвичай не підпадає під публічні торги. Фондовий ринок дозволяє відкрито торгувати підприємствами та залучати додаткові фінансові капітали для розширення діяльності шляхом продажу права власності на компанію на ринку. Фондові біржи надають інвесторам доступ до додаткових джерел ліквідності, дозволяючи їм легко та швидко реалізовувати цінні папери.

Досвід біржової торгівлі дає можливість стверджувати, що ціни на акції та інші активи, якими здійснюється торгівля на фондовій біржі, є важливою частиною економічної активності у країні та може не лише слугувати індикатором соціальних настроїв та очікувань, а й впливати на них. Економіка, де фондовий ринок на підйомі, вважається економікою, що розвивається.

Нажаль вітчизняний фондовий ринок, з моменту його створення, перебуває у зародковому стані та не виконує основних функцій, що притаманні

для розвинених країн. На доказ цього можна привести той факт, що його створення було у пріоритетах уряду у 2021 році [1], тоді як формувати розпочали ще на початку 90-х років ХХ сторіччя [2-3]. Враховуючи військову агресію російської держави супроти нашої країни, чекати на завершення цього процесу у найближчі роки було б занадто оптимістично.

Питанням стану, існуючих проблем та шляхів їх розв'язку, а також перспектив подальшого розвитку фондового ринку України присвячують свої праці багато фахівців та вчених [5]. Серед них можна відокремити Горбачову О.М., Заяць Ю.А., Танклевську Н.С., Ярмоленко В.В., Третьякову О.В., Харабару В.М., Грешко Р.І. та інших. Усі вони сходяться у тому, що ефективному функціонуванню фондового ринку нашої країни заважають, серед інших перепон, а) недостатній розвиток відповідної нормативно-правової бази б) проблеми з існуючою інфраструктурою (до яких можна також віднести застаріле програмне забезпечення); в) низький рівень обізнаності населення з питання здійснення інвестиційної діяльності та функціонування фондового ринку.

Підтвердити наявні висновки можна за допомогою аналітичної інформації від Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [6]. Так у табл. 1 можна побачити що за останні 5 років (і ця тенденція має довшу історію) більше 90% (у грошовому віразі) торгів на організованих ринках капіталу України припадає на операції з державними облігаціями. Дивлячись на ці цифри слід пам'ятати, що облігації є борговими цінними паперами. Державні облігації не створюють додаткової вартості, а тому не сприяють розвитку економіки. Вони допомагають уряду «залишатися на плаву», водночас збільшуючи боргове навантаження на бюджет.

В таблиці, що наведена вище, дані за 2023 рік обмежені періодом з січня по жовтень. Рядок «Акції» включає у себе обсяги торгів акціями, акціями іноземних емітентів та, з 2020 року, акціями корпоративних інвестиційних фондів. Також у рядку «Облігація внутрішніх державних позик» за 2019 рік

врахована сума усіх операцій з державними облігаціями України без розподілу на внутрішні та зовнішні.

Таблиця 1 – Обсяг торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу з розподілом за видом фінансового інструменту протягом 2019 – 2022 років, млн. грн.

Фінансові інструменти	2019	2020	2021	2022	2023
Акції	363,5	604,8	695,4	1 031,2	85,7
Облігація внутрішніх державних позик	295 249,5	328 654,0	443 756,9	152 825,2	321 640,6
Облігація зовнішніх державних позик	-	1 155,3	2 784,7	3 819,3	118,5
Інші	9 352,7	4 996,3	4 723,6	2 960,3	25 670,7
Загалом	304 965,7	335 410,4	451 960,6	160 636,0	347 515,5

Вирішення існуючих проблем фондового ринку потребує об'єднання зусиль всіх його учасників. Ми маємо багато напрямів для роботи. Серед них, погоджуючись із Андрієм Дмитренко [7], можна відокремити наступні:

1. Внесення змін до існуючих та прийняття нових правових актів, покликаних забезпечити прозору, зрозумілу та ефективну роботу фондового ринку загалом та кожного його учасника зокрема. Для цього доцільно розглянути відповідний досвід наших сусідів (наприклад Польщі) адже їм, як і нам зараз, довелось пройти цим шляхом, зробити власні помилки (яких ми можемо уникнути) та віднайти власні «ноу-хау», що можливо доцільно використовувати й нам.

2. На додаток до першого пункту (проте, враховуючи важливість, слід зазначити окремо), забезпечення захисту прав усіх учасників ринку. Відчуття захищеності є однією з головних умов при вкладанні коштів у нашу країну для закордонних інвесторів.

3. Створення / розвиток необхідної інфраструктури (у тому числі програмного забезпечення), що надасть доступ до біржових торгів усім зацікавленим особам, разом з приватними інвесторами.

4. Заснування та підтримка державних та приватних освітніх програм для поліпшення рівня обізнаності населення з питань функціонування фондового

ринку. Враховуючи вікову структуру населення України, цю роботу необхідно проводити що найменше у трьох напрямках: молоді, осіб середнього віку та літніх людей.

Підводячи підсумки можна ще раз зазначити, що фондовий ринок України наразі є нерозвиненим і потребує додаткової уваги з боку держави та інших учасників фінансово-інвестиційних відносин. Перед нами багато роботи, що потребуватиме зусиль протягом не одного року. Її здійснення під час війни може бути ускладненим. Проте це не привід здаватися, адже, пам'ятаючи слова Лао-Цзи «подорож довжиною в тисячу миль починається з першого кроку».

Список літератури:

1. **Труфанова К.** Фондовий ринок України може запрацювати в 2023 році – НКЦБФР з сайту Maanimo.ua URL: <https://news.maanimo.com/uk/podiyi/fondovij-rinok-ukrayini-mozhe-zapratsyuvati-v-2023-39781>
2. Закон України Про цінні папери і фондову біржу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1201-12#Text>
3. Закон України Про приватизаційні папери URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2173-12#Text>
4. Закон України Про банки і банківську діяльність URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/872-12#Text>
5. **Гапонюк , М., & Левченко , К.** (2023). СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ. Grail of Science, (27), 124–127. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.12.05.2023.013>
6. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку на сайті Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights>
7. **Дмитренко А. В.** Україні чотири біржі, а реально купити акції тільки однієї компанії. Як розбудити фондовий ринок країни з сайту Forbes.ua URL: <https://forbes.ua/money/v-ukraini-chotiri-birzhi-a-realno-kupiti-aktsii-tilki-odniei-kompanii-yak-rozbuditi-fondoviy-rinok-kraini-10032021-896>

Бібліографія: СЕРГІЄНКО О.А., ШАПРАН Є.М., САВЧЕНКО Р.О. Відображення тенденцій: аналіз розвитку фондового ринку України на порозі 2024 / **О.А. СЕРГІЄНКО, Є.М. ШАПРАН, Р.О. САВЧЕНКО** // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХП» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХП», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 187-190

БЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б., канд. техн. наук, доцент, кафедра підприємництва, торгівлі і логістики, НТУ «ХП»

ЗАДАЧІ ВИБОРУ В ЛОГІСТИЦІ

Серед моделей і методів, що застосовуються в логістиці, можна виділити низку моделей, що дозволяють ухвалити рішення про вибір найкращої альтернативи з кількох наявних. Задачі вибору дуже поширені у логістиці, причому вони досить різноманітні, що пояснюється низкою причин [1]:

1) вибір може бути разовим і повторним (або повторюваним), причому більшість задач разового вибору при накопиченні інформації про його умови альтернативи може перейти в розряд повторного вибору. Наприклад, вибір місця розташування розподільного центру в конкретному регіоні можна віднести до разового вибору, оскільки наступний буде проводитися або в іншому регіоні, або в умовах ринку, що змінилися, або при інших обсягах поставок і т. п. [2-4]

2) *залежно від відповідальності за вибір* можна виділити індивідуальний та багатосторонній вибір. Індивідуальний разовий вибір залежно від того, відомі його наслідки або ні, можна розділити на вибір в умовах визначеності, невизначеності та в умовах ризику. У кожному разі можуть застосовуватися спеціальні методи, що дозволяють зробити вибір. Так, в умовах визначеності можливі оптимізація, впорядкування та довільний вибір; в умовах невизначеності можуть бути застосовані теорія ігор, теорія корисності, моделі, що враховують стохастичні рішення, розпливчасті множини та ін. Індивідуальний повторний вибір, що базується на разовому, передбачає адаптацію до рішень та селекцію претендентів (альтернатив). Багатосторонній (разовий та повторний) вибір залежно від ступеня узгодженості цілей поділяють на кооперативний (інтереси сторін збігаються), конфліктний (інтереси сторін протилежні) та коаліційний (компромісний).

Для опису вибору існують три різні підходи (мови) [1]:

1) критеріальна мова. Оцінка кожної альтернативи конкретним числом-значенням критерію та порівняння альтернатив як зіставлення відповідних чисел. Вибір може бути однокритеріальним та багатокритеріальним. Однокритеріальні задачі розв'язуються аналітичним способом: описується цільова функція, задаються обмеження і знаходиться рішення, що відповідає найкращому значенню цільової функції [5]. Багатокритеріальним може бути вибір логістичного посередника, наприклад, за критеріями вартості послуг, якості, часу виконання робіт, положення на ринку та ін. [1]

2) мова бінарних відносин чи переваг, основні положення якої зводяться до такого: окрема альтернатива не оцінюється; для кожної пари альтернатив можна встановити, що одна краща за іншу або вони рівноцінні (або непорівнянні); відношення переваги пари альтернатив залежить від інших альтернатив.

3) мова функцій вибору. Найбільш типова ситуація, що ілюструє мову функції вибору, полягає в тому, що перевага однієї альтернативи над іншою залежить від інших альтернатив.

Список літератури:

1. *Лукинский В.С.* Модели и методы теории логистики. СПб: Питер, 2003. 176 с.
2. *Білоцерківський О.Б., Брінь П.В., Замула О.О., Ширяєва Н.В.* Логістика: навч. посіб. Харків: НТУ «ХПІ», 2010. 152 с.
3. *Білоцерківський О.Б.* Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Комерційна логістика": для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" другого (магістер.) рівня усіх форм навчання. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. 116 с.
4. *Білоцерківський О.Б.* Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни "Комерційна логістика": для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" другого (магістер.) рівня усіх форм навчання. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. 60 с.
5. *Білоцерківський О.Б.* Математичне моделювання в економіці та менеджменті: текст лекцій для студентів спеціальності 073 «Менеджмент». Харків: Друкарня Мадрид, 2018. 90 с.

Бібліографія: БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Задачі вибору в логістиці / О.Б. БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 191-192

ШАПРАН Є.М., д.т.н., професор, НТУ «ХПІ»

МАЩЕНКО Р.В., аспірант, НТУ «ХПІ»

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

У сучасних умовах відбуваються значні зміни в інвестиційній стратегії підприємств. Ситуація супроводжується динамічними змінами в структурі джерел фінансування інвестиційних проєктів та методах їх оцінювання. Особливо важливим стає управління ризиками інвестиційного проєкту на підприємствах в умовах воєнного стану в Україні.

Сьогодні традиційні управлінські підходи до оцінки інвестиційних проєктів не завжди відповідають вимогам зацікавлених сторін, таких як власники підприємств, інвестори та замовники. Тому важливим стає розробка організаційно-економічного механізму управління ризиками інвестиційних проєктів на рівні підприємства. Дослідження в цьому напрямку є надзвичайно актуальними і повинні базуватися на об'єктивному визначенні проблем, зокрема на мікроекономічному рівні, і вимагають теоретичного обґрунтування.

Управління підприємницькими ризиками в процесі реалізації інвестиційних проєктів є критичним елементом для забезпечення успішності та ефективності інвестиційних ініціатив. Підприємницькі ризики включають широкий спектр небезпек, які можуть виникнути під час здійснення інвестиційних проєктів і впливати на їхні результати.

Розглянемо ключові аспекти управління підприємницькими ризиками в контексті інвестиційних проєктів. Важливим є ретельний аналіз можливих ризиків, які можуть виникнути на різних етапах реалізації проєкту, а також визначення і категоризація ризиків (фінансові, технічні, ринкові, правові тощо).

Необхідним є визначення ймовірності та впливу кожного ризику на проєкт та врахування взаємодії різних ризикових факторів і їхніх можливих наслідків.

Розробка стратегій для кожного ідентифікованого ризику, включаючи стратегії уникнення, зменшення, передачі та прийняття ризику обумовлює створення плану дій для кожної стратегії управління ризиками.

Систематичний моніторинг ризиків протягом всього проєкту дозволить вчасно виявити нові ризики і вжити заходи для їх вирішення.

Важливим є використання страхування для зменшення фінансових наслідків деяких ризиків та використання фінансових інструментів для управління фінансовими ризиками. Ефективна комунікація з усіма зацікавленими сторонами про ризики і заходи їх управління. Залучення керівництва, інвесторів та інших учасників проєкту до процесу управління ризиками. Після завершення проєкту необхідно проаналізувати результати інвестицій та ефективність заходів з управління ризиками. Впровадження виправлень і вдосконалень у майбутніх інвестиційних ініціативах.

Загальний підхід до управління підприємницькими ризиками в інвестиційних проєктах полягає в систематичному, комплексному та прозорому підході до ідентифікації, оцінки та управління ризиками для досягнення успішних результатів. Аналіз інвестиційних проєктів в умовах ризику й невизначеності необхідний не тільки для отримання додаткових відомостей перед ухваленням рішення про доцільність реалізації проєкту, але й для передбачення заходів захисту від можливих фінансових втрат. Іншими словами, аналіз служить не лише для отримання додаткової інформації, але і для передбачення конкретних організаційних, технічних, фінансових, правових та інших заходів, які вживають учасники проєкту з метою управління проєктними ризиками. Це включає такі заходи, як страхування, резервування, адаптація тощо.

Список літератури:

1. **Дудко П. М.** Сучасні тенденції розвитку бізнес-технологій у підприємстві // Проблеми економіки. – 2017. – №3. – С. 170–174. – Режим доступу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-3_0-pages-170_174.pdf.
2. **Кай О.** Інтернет речей в Україні: чим корисний для бізнесу зараз і які його перспективи. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/internet-recei-v-ukrayini-cim-korisnii-dlya-biznesu-zaraz-i-yaki-iogo-perspektivi-424611/>

Бібліографія: ШАПРАН Є.М., МАЩЕНКО Р.В. Управління підприємницькими ризиками в процесі реалізації інвестиційних проєктів / Є.М. ШАПРАН, Р.В. МАЩЕНКО // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 193-195

ОЦІНКА ТОКЕНІЗАЦІЇ ТА ІНІЦІАТИВ З ПРИВАТНИХ ЧИ ПУБЛІЧНИХ ПРОДАЖІВ ТОКЕНІВ (ICO/STO)

Індустрія цифрових активів стрімко розвивається і представляє розширені можливості для бізнесу, в тому числі, який оснований на технологіях розподіленого реєстру і блокчейн.

Токенізація – це процес розробки віртуального токена на основі технологій блокчейн, який представляє собою дольове володіння реальним активом.

ICO (Initial Coin Offering) - це метод залучення капіталу, при якому команда проекту пропонує інвесторам придбати токени для фінансування розробки та реалізації свого проекту. Учасники ICO отримують токени в обмін на криптовалюту (зазвичай Bitcoin або Ethereum).

STO (Security Token Offering) - це форма залучення капіталу, де токени, які пропонуються для продажу, визнаються як цінні папери або цінні папери-події.

Оцінка токенізації та ініціатив з приватних чи публічних продажів токенів (ICO/STO) включає ряд ключових етапів та факторів, що оцінюють технічні, економічні, правові та стратегічні аспекти проекту. Нижче наведено основні елементи для оцінки цих ініціатив:

- технічний аналіз - оцінка якості смарт-контрактів та блокчейн-платформи, використовуваної для реалізації проекту;
- економічний аналіз - оцінка економічних показників, таких як обсяги продажів, ціна токенів, фонди від продажу та інші;
- правовий аналіз - регуляторна відповідність та визначення правового статусу токенів;
- стратегічний аналіз - оцінка професійної команди та наявність стратегічних партнерів та аналіз стратегії розвитку, включаючи маркетинг,

просування та масштабування;

- торгівля та лістинг - оцінка можливостей лістингу tokenів на визначених криптобіржах та прогнозування рівня ліквідності та обсягів торгів після ICO/STO;

- співробітництво та партнерство - це оцінка потенційних партнерів та їх внесок у розвиток проекту та аналіз можливостей співпраці з іншими блокчейн-проектами;

- послідовність - перевірка дорожньої карти та плану виконання проекту та оцінка досягнень команди та їх можливостей досягнення поставлених цілей;

- документація - оцінка юридичної документації, включаючи умови ICO/STO та політику конфіденційності;

- правила проведення ICO/STO - вивчення правил і механізмів проведення продажу tokenів.

Зважаючи на те, що створення tokenів визначає новий спосіб представлення, передачі і зберігання активів, компаніям необхідно буде оцінювати трансформаційний вплив на їх бізнес.

Наведені основні елементи допоможуть здійснити комплексну оцінку проекту з токенизації та ICO/STO. Важливо ретельно розглядати кожен аспект, оскільки вони взаємопов'язані і можуть впливати на успіх проекту.

Список літератури:

1. *Benjamin Graham & David Dodd* (2023) *Security Analysis* 7th ed. McGraw-Hill
2. *Catalini, C., & Gans, J. S.* (2020). "Some Simple Economics of the Blockchain". MIT Sloan Research Paper.
3. *Schär, F.* (2021). "Decentralized Finance: On Blockchain- and Smart Contract-Based Financial Markets". Federal Reserve Bank of St. Louis Review.
4. *Tapscott, D., & Tapscott, A.* (2016). "Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World". Portfolio.
5. *WEF* (2021). "Decentralized Finance (DeFi) Policy-Maker Toolkit". World Economic Forum.

Бібліографія: *ІВАХНО П.В.* Оцінка токенизації та ініціатив з приватних чи публічних продажів tokenів (ICO/STO) / *П.В. ІВАХНО* // Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. Т. 2 : Труды XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р. – 2023. С. 196-197

ЗМІСТ

ТОМ 2

Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023»

СЕКЦІЯ 1 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

SHMATKO N.M., IVCHUK V.V. Business management utilization of artificial intelligence capabilities	3
БЕЗВЕРХА А.І., МАКОВОЗ О.С. Управління ризиками в інноваційних проєктах	5
ПЕТРИЦЕВА К.Г. Підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування та металургії	7
SHKIRA O.P. The imperative for the formulation and implementation of the crisis management model strategy within business organization	10
ТАЄМНИЦЬКИЙ В.В. Поетапне формування системи мотивації персоналу	13
ВОЛОВИК М.Л., КОЗЮРА І.В. Управлінські рішення в сучасних умовах	16
ГАНДЗЮК В.О., ГРАМАТОВИЧ Ю.В. Стимулювання праці як інструмент підвищення ефективності виробництва	19
ГУСАКОВСЬКА Т.О., ФІЛЬКО В.А. Система збалансованих показників як ефективний інструмент стратегічного управління організацією	23
КОРОЛЬОВ Д.В., КОЗЮРА І.В. Формування іміджу підприємства	25
НИПОРКА К.А. Психологічний вплив у комунікації з колегами: методи та ефективні стратегії	28
САЄНКО Л.В., ШИМАНОВСЬКА-ДІАНИЧ Л.М. Антикризове фінансове управління підприємством	31
СТАДНІЧЕНКО І.А., ЧАЙКА І.П. Управління ризиками в діяльності підприємства	34
ШИРИКАЛОВА І.Ю., БАЛАБАШ О.С. Поняття та сутність конкурентної стратегії організації	37
ГУЦАН О.М., КОСМІН О.Ю. Класифікація методів мотивації персоналу	41
SHMATKO N., TSIUPRYK V. Methods to keep up motivation and stimulation to continuous learning and development of the it company's staff	44
ГУЦАН О.М., КОСМІН О.Ю. Можливості застосування моделі дисбалансу зусиль та винагород для побудови ефективних систем мотивації фінансових установ	47
ГУЦАН О.М., КОРОТКА А.О. Закордонний досвід оплати праці	51
ГУЦАН О.М. Діагностика мотиваційного профілю працівників: базовий	54

інструментарій формування

СЕКЦІЯ 2 - МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ, ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС

МИРОШНИК Т.О., КОБЄЛЄВА Т.О. Бренд як одна з основних складових розвитку вищого навчального закладу	58
АНОПА А.С., ІЛЛЯШЕНКО С.М. Аналіз споживача в епоху війни в Україні: виклики та можливості для маркетингових стратегій підприємств України	62
КОРЖ М.В., РАТУШНИЙ Б.В., СЕМОМЕНКО А.О. Нейромаркетинг як новий інструмент впливу на споживачів	65

СЕКЦІЯ 3 - АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АУДИТУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ

ЮР'ЄВА І.А. , Підходи до визначення ефективності бізнес моделей	70
СІНТЮК Я.О. Порівняння вимог до фінансової звітності за МСФЗ та ГААР	73
ЯЛАНСЬКИЙ С.М., ТЯГУНОВА З.О. Управління витратами підприємства в сучасних умовах господарювання	76

СЕКЦІЯ 4 - БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

ЛАДИНЕНКО О.А. Оцінка вартості бізнесу в системі управління	79
--	----

СЕКЦІЯ 5 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

КОЧЕТОВА Т.І., ЯЦИНА В.В. Вартісний підхід до оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств	81
ГУРЖИЙ Т.О., ГЛАЗУНОВА О.Е. Особливості функціонування вітчизняних банків в період дії воєнного стану	83
КОЛІСНИК А.С., ВЛАСЕНКО В.А. Планування фінансової діяльності підприємства	87
КОЛОНТАЄВСЬКИЙ Р.Г. Методика аналізу операцій комерційного банку з цінними паперами	90
МІЩЕНКО В.А., ЧАПАЙЛО В.В. Особливості цифровізації в банківській діяльності	94
ФІГУРА Д.-С. В. Організація управлінського обліку в банку	96
ТКАЧУК Н.М. Ознаки банківської системи як системи	103
ЛАГОДА Ю.І. Теоретичні аспекти формування інвестиційної банківської стратегії	106
ЛИТВИНОВ І.Ю. Теоретичні засади забезпечення фінансової стійкості комерційного банку	108
ПЕТРУЧЕНКО Ю.М. Теоретичні аспекти фінансового управління кредитоспроможністю компанії	110
СЕМЕНОВ К.О. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії акціонерного товариства	112

БІСЬКИЙ С.Н. Особливості державних цільових програм як інструменту розвитку економіки	114
КІКВАДЗЕ Д.А. Особливості формування бюджетного потенціалу регіону	116
СТРОКОВ Є.М., КУЗНЕЦОВ С.В. Теоретичні аспекти оцінювання ефективності використання фінансових інструментів і технологій	118
ЛИННИК В.М. Територіальні громади як суб'єкти фінансових відносин	120
МІТЧЕНКО К.Ф. Фіскальний потенціал місцевих бюджетів	122

СЕКЦІЯ 6 - ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

ЗАХАРЧЕНКОВ О.С. Дослідження потенціалу та привабливості зовнішніх ринків для експорту товарів медичного призначення	124
КОШЕЧКІН А.Б. Оцінка потенційних можливостей і викликів функціонування та розвитку людського капіталу у контексті процесів глобальної діджиталізації	127

СЕКЦІЯ 7 - ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

NAVRYŠ O.O., NAVRYŠ M.O. Profitability analysis of ukrainian startups	130
ПРИЧИНА П.В., ВЛАСЕНКО В.А. Управління інвестиційною діяльністю підприємства	133
МАЩЕНКО М.А., ЧЕРКАШИН С.А. Вплив технологічних інновацій на розвиток підприємництва	136
ЩЕРБА В.О. Індустріальні парки: механізм залучення інвестицій для відновлення економіки України	139
АРУТЮНЯН С.С. Управління реалізацією проєктів в умовах впровадження джерел відновлюваної енергії на транспорті	142
КЛИМЕНТОВА М.В., КОБЄЛЄВА Т.О. Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств	144
КУПРИГИН М.О. Теоретичне підґрунтя формування інвестиційної політики	144
ПУЦЕНТЕЛА О.І. Підходи до класифікації ризиків інвестиційної діяльності	148

СЕКЦІЯ 8 - СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА КОМУНІКАЦІЇ НА РІВНІ ДЕРЖАВИ І ПІДПРИЄМСТВА

БАГАЧЕНКО О.М. Проблематика початкових етапів адміністративно-територіальної реформи	151
---	-----

СЕКЦІЯ 9 - АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ: ГЛОБАЛЬНІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ І УПРАВЛІННЯ

SUSLIKOV S., KOSMIN O. The impact of international e-commerce on the preservation and development of small businesses during a state of war	153
--	-----

ЛЕПСЬКИЙ Р.С. Ризики ведення бізнесу в умовах війни	156
ДОЛИНА І.В., КУЧІНА С.Е. Відмінність бізнес-плану від інших планових документів	158
ЛЕПСЬКИЙ Р.С. Вплив введення військового стану на економічні процеси	160
KNODYRIEVA O.O., KOBIELIEVA T.O. Ethical considerations in change management	162

**СЕКЦІЯ 10 - ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ,
ЯК ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

КРАМСЬКОЇ О.Ю., КУЧИНСЬКИЙ В.А. Цифрова трансформація бізнес-процесів як основний чинник ефективності функціонування сучасних компаній	164
КУЧИНСЬКИЙ В.А. Вплив інформаційних технологій на розвиток процесів управління персоналом на підприємстві	167
ВОЗНЮК Є.О., КУЧИНСЬКИЙ В.А. Основні тренди діджиталізації бізнес-процесів в сучасній економіці	170

**СЕКЦІЯ 11 - ПІДПРИЄМСТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ:
ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ
РОЗВИТКУ В ЦИФРОВУ ЕРУ**

БАЛКОВА А.П., УГРІМОВА І.В. Товарна політика як основа підвищення ефективності та конкурентоспроможності	172
ЛИТВИНЮК Є.І. Вплив цифровізації на трансформаційні процеси у архітектурно-будівельному контролі	176
СКОМКІНА Д.А., БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Особливості системи технічного регулювання Польщі	178
ГУЦАН Т.Г., ЛИСАК Н.П. Альткоїни: сутність та особливості інвестування	181
КОЛОБОВА Т.Ю., БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Інфраструктура системи технічного регулювання в Швеції	184
СЕРГІЄНКО О.А., ШАПРАН Є.М., САВЧЕНКО Р.О. Відображення тенденцій: аналіз розвитку фондового ринку України на порозі 2024	187
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Задачі вибору в логістиці	191
ШАПРАН Є.М., МАЩЕНКО Р.В. Управління підприємницькими ризиками в процесі реалізації інвестиційних проєктів	193
ІВАХНО П.В. Оцінка токенизації та ініціатив з приватних чи публічних продажів токенів (ICO/STO)	196

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» 2023 р.

Наукове видання

Результати наукових конференцій Навчально-наукового інституту економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ «ХПІ» за 2023 рік в 2 т.

Т. 2 : Труди XIV-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції
студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки
України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2023» 26 грудня 2023 р.

Редактори:
Строков Є.М.
Гуцан О.М.

Верстка, оригінал-макет
та дизайн обкладинки:
Строков Є.М.

Підписано до друку: 30.12.2023 р. Формат 60x84/16
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. а 11,35
Тираж 300 екз

Друк ФОП Томенко Ю.І.
м. Харків, вул. Плеханівська, 16