



# **TRENDS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF GLOBAL CHALLENGES**



**II INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE**  
**Kherson, Ukraine, 2022**

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
KHERSON STATE AGRARIAN AND ECONOMIC UNIVERSITY (UKRAINE)  
DEPARTMENT OF AGRICULTURE AND IRRIGATION OF  
KHERSON REGIONAL STATE ADMINISTRATION (UKRAINE)  
SOUTHERN STATE AGRICULTURAL RESEARCH STATION OF INSTITUTE  
OF WATER PROBLEMS AND LAND RECLAMATION OF NAAS (UKRAINE)  
POLTAVA STATE AGRARIAN ACADEMY (UKRAINE)  
INSTITUTE FOR RESEARCH OF ECONOMIC AND SOCIAL PROBLEMS  
OF GLOBALIZATION, EUROPEAN UNIVERSITY (GEORGIA)  
TECHNICAL UNIVERSITY (MOLDOVA)  
STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (ARMENIA)  
DEPARTMENT OF OPERATIONS RESEARCH, AGH UNIVERSITY  
OF SCIENCE AND TECHNOLOGY (POLAND)  
QINGDAO AGRARIAN UNIVERSITY (QINGDAO AND LUOYANG DISTRICT,  
YANTAI PROVINCE, SHANDONG PROVINCE, CHINA)

---

**Materials of the**

***II INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE***

**«TRENDS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT  
DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS  
OF GLOBAL CHALLENGES»**



**KHERSON STATE AGRARIAN AND ECONOMIC UNIVERSITY**  
**Faculty of Economics**  
*May 31, 2022*

**Kherson– 2022**  
**Kropyvnytskyi – 2022**

УДК 005:339.9(043.2)

Т 33

*Рекомендовано до друку  
Вченою радою економічного факультету  
Херсонського державного аграрно-економічного університету  
(протокол від «23» червня 2022 р.)*

**Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах глобальних  
Т 33 викликів:** матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (31 травня 2022 р.,  
м. Херсон, м. Кропивницький) / за ред. Н.В. Кириченко, Г. В. Жосан та ін.  
– Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2022. – 108 с.

**ISBN 978-617-7941-86-5 (електронне видання)**

В матеріалах конференції висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, що отримані у галузі сучасного менеджменту. Конференція покликана стимулювати обмін ідеями та тематичною інформацією між українськими та зарубіжними вченими, представниками наукового та виробничого середовищ, слугувати джерелом інформації про сучасний рівень наукової роботи для здобувачів вищої освіти.

Для здобувачів вищої освіти, науковців та фахівців.

*Матеріали збірника подаються в авторській редакції  
та друкуються мовою оригіналу*

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат та інших відомостей несуть автори публікацій. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Відповідальний за випуск – завідувача кафедрою менеджменту та інформаційних технологій, к.е.н., доцент **Кириченко Н.В.**

Технічний редактор: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій **Жосан Г. В.**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу  
Херсонського державного аграрно-економічного університету заборонено!**

ISBN 978-617-7941-86-5 (електронне видання)

© Колектив авторів, 2022

© ХДАЕУ, 2022

© Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2022

---

## CONFERENCE ORGANIZING COMMITTEE:

---

**Kyrylov Yurii** – Doctor of Economics, Professor, Rector of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Hranovska Viktoriia** – Doctor of Economics, Professor, First Vice-Rector, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Averchev Oleksandr** – Doctor of Agricultural Science, Professor, Vice-Rector for Research and International Activities of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Krykunova Viktoriia** – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Dean of the Faculty of Economics of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Kyrychenko Natalia** – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Management and Information Technologies of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Morozov Roman** – Doctor of Economics, Professor of the Department of Management and Information Technologies, Kherson State Agrarian and Economic University;

**Kaplina Anastasia** – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Assistant Dean of the Faculty of Economics for Academic Work of Kherson State Agrarian and Economic University;

**Zhosan Hanna** – Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Information Technologies, Kherson State Agrarian and Economic University;

**Bolila Svitlana** – Ph.D. in Agricultural, Associate Professor of Management and Information Technology, Kherson State Agrarian and Economic University;

**Loboda Olena** – Ph.D. in Technical Sciences, Associate Professor of Management and Information Technology, Kherson State Agrarian and Economic University;

**Aleshchenko Liudmyla** – Assistant of the Department of Management and Information Technologies of Kherson State Agrarian and Economic University;



- Khirsia Irina** – Assistant of the Department of Management and Information Technologies of Kherson State Agrarian and Economic University;
- Stepanova Marharyta** – Ph.D. in Economics, Director of the Department of Agriculture and Irrigation of the Kherson Regional State Administration;
- Samoilyk Yuliia** – Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and International Economic Relations of Poltava State Agrarian University;
- Shablia Oleksandr** – Ph.D. in Economics, Deputy Director for Research and Innovation of the Southern State Agricultural Research Station IVPM NAAS;
- Bedianashvili Givi** – Doctor of Economics, Academician of the Academy of Economic Sciences, Professor of the European University; Director of the Institute for Research of Economic and Social Problems of Globalization (Georgia);
- Chilochi Rafael** – Associate Professor, Dean of the Faculty of Economic Engineering and Business, Technical University (Moldova);
- Haloian Diana** – Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector of the Armenian State University of Economics for Academic Affairs (Armenia);
- Gdowska Katarzyna** – Doctor of Philosophy, Department of Operations Research, Faculty of Management, AGH University of Science and Technology (Poland).

---

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

---

**Кирилов Юрій** – д.е.н., професор, ректор Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Грановська Вікторія** – д.е.н., професор, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Аверчев Олександр** – д.с.-г.н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Крикунова Вікторія** – к.е.н., доцент, декан економічного факультету Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Кириченко Наталя** – к.е.н., доцент, завідувачка кафедрою менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Морозов Роман** – д.е.н., професор кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Капліна Анастасія** – к.е.н., доцент, помічник декана економічного факультету з навчальної роботи Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Жосан Ганна** – к.е.н., доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Боліла Світлана** – к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Лобода Олена** – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Алещенко Людмила** – асистент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

**Хірса Ірина** – асистент кафедри менеджменту та інформаційних технологій Херсонського державного аграрно-економічного університету;

- Степанова Маргарита** – к.е.н., директор Департаменту сільського господарства та зрошення Херсонської обласної держадміністрації;
- Самойлик Юлія** – д.е.н., професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Полтавський державний аграрний університет;
- Шабля Олександр** – к.е.н., заступник директора з наукової та інноваційної діяльності Південної державної сільськогосподарської дослідної станції ІВПМ НААН;
- Бедіанашвілі Гіві** – д.е.н., академік Академії економічних наук, професор Європейського Університету; директор Інституту досліджень економічних і соціальних проблем глобалізації (Грузія);
- Чілочі Рафаел** – доцент, декан факультету економічного інжинірингу та бізнесу Технічного університету (Молдова);
- Галоян Діана** – д.е.н., професор, проректор Вірменського державного економічного університету з навчальних робіт (Вірменія)
- Гдовська Катажина** – доктор філософії, Департамент операційних досліджень, факультет менеджменту, Університет науки і техніки AGH (Польща)

# Content

---

<i>Section 1. CURRENT TRENDS IN THE THEORY AND PRACTICE OF MANAGEMENT IN THE AGRICULTURAL AND FOOD, INFRASTRUCTURE, FINANCIAL AND OTHER SECTORS IN A SERVICE ECONOMY.....</i>	<i>11</i>
<b>Gereles A.</b> THE RISKS AND INFLUENCE OF A WAR ON UKRAINIAN DAIRY INDUSTRY AND AGRICULTURE IN FULL .....	11
<b>Аверчев О.В., Нікітенко М.П.</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ В АГРОНОМІЇ.....	13
<b>Боліла С.Ю., Рзаєва Е.Р.</b> ОСОБЛИВОСТІ ЕТИКИ ДІЛОВОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ .....	16
<b>Боровік Л.В.</b> ПРОБЛЕМ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ .....	18
<b>Добриніна Л.В.</b> ЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ .....	19
<b>Жосан Г.В., Піскун Л.О.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАГРОЗИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	21
<b>Кочнова І.В.</b> СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В DIGITAL.....	23
<b>Морозов Р.В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК УКРАЇНИ .....	25
<b>Тулуш Л.Д., Радченко О.Д., Стріховський Д.М.</b> НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	26
<i>Section 2. STATUS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT: ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT, NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS, INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS, CROSS-CULTURAL FEATURES OF MODERN BUSINESS PROCESSES, DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMY, DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS, MONEY, FINANCE AND CREDIT, ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT IN TERMS OF SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS.....</i>	<i>29</i>
<b>Боліла С.Ю., Захарченко Т.С.</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ЧАС ДЕОКУПАЦІЇ.....	29
<b>Дубініна М.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ІТ-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ .....	31
<b>Канцедал Н.А.</b> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ОЦІНКИ: ПОНЯТІЙНА БАЗА .....	32
<b>Ксьонжик І.В.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ВІДНОВЛЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ ПРИ ВТРАТІ ПЕРВИННОЇ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ В УМОВА ВОЄННОГО СТАНУ .....	34
<b>Мацьків Г.В.</b> ОЦІНКА ЗБИТКІВ, ЗАВДАНИХ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РОСІЇ .....	36



<b>Серета Н.М.</b> МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ СКЛАДОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ .....	37
<b>Сисоєнко І.А., Продан В.М.</b> РЕГУЛЮВАННЯ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ НОРМ І ПРАВИЛ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ .....	39
<b>Тельнов А.С., Решміділова С.Л.</b> СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ HR-МАРКЕТИНГУ .....	40
<b>Чубань В.С.</b> ДО ПИТАННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ГРОМАДЯНАМИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ.....	42
<i>Section 3. MANAGEMENT PRACTICES: CHANGE AND INNOVATION MANAGEMENT, CREATIVE MANAGEMENT, FORMATION OF INTELLECTUAL CAPITAL, ECONOMICS OF NATURE MANAGEMENT AND ENVIRONMENTAL PROTECTION, ASPECTS OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ORGANIC PRODUCTION IN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY .....</i>	
<b>Галат Л.М., Лі В.Е.</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ .....	43
<b>Мандич О.В., Науменко А.О.</b> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНАЛУ ЗМІН В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	45
<b>Морозов О.В., Морозов В.В., Біднина І.О.</b> ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПОСЛУГ З ПОДАЧІ ЗРОШУВАЛЬНОЇ ВОДИ ЗАЛЕЖНО ВІД ТЕХНОЛОГІЙ ВОДОПОДАЧІ ТА ВОДОРОЗПОДІЛУ НА ЗРОШУВАНИХ МАСИВАХ ПІВДНЯ УКРАЇНИ .....	46
<b>Морозов О.В., Морозов В.В., Козленко Є.В.</b> ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВОДИ ДЛЯ ЗРОШЕННЯ В УМОВАХ ІНГУЛЕЦЬКОЇ ЗРОШУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ .....	48
<b>Кудрич В.П.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СТУДЕНТСЬКИМИ СТАРТАПАМИ .....	49
<b>Кузьмін Д.В., Весперіс С.З.</b> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАГРОЗ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ .....	51
<b>Хірса І.М.</b> ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ .....	52
<i>Section 4. INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT AND BUSINESS PROCESS MANAGEMENT (ECONOMICS, ORGANIZATION, FINANCE AND TAXATION, ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT, OTHER AREAS OF ACTIVITY) .....</i>	
<b>Levkina R.V., Kotko Ya.M.</b> SOCIO-ECONOMIC MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT MANAGEMENT FOR EDUCATION STAKEHOLDERS - BUSINESS ENTITIES .....	55
<b>Samoilyk Iu.V.</b> THE INTERNATIONAL MARITIME TRADE IN THE LOGISTICS CONTEXT .....	56
<b>Бутко Н.В.</b> РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	58
<b>Волкова Н.В., Даниленко В.І.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..	60

<b>Галат Л.М.</b>	
АГРОМАРКЕТИНГ НА РИНКУ СВІЖОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДКЦІЇ.....	61
<b>Гриліцька А.В., Пилипенко І.С.</b>	
МІЖНАРОДНИЙ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ОБЛІКУ ДОХОДІВ.....	63
<b>Желуденко К.В.</b>	
КЛАСТЕРИ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ .....	65
<b>Кириченко Н.В., Алещенко Л.О.</b>	
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ .....	66
<b>Павлішина Н.М.</b>	
МАРКЕТИНГ ЕКО-ТОВАРІВ .....	68
<b>Романюк І.А.</b>	
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ .....	70
<i>Section 5. MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CONTEXT OF GLOBAL DIGITALIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS AS TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF A CIRCULAR ECONOMY.....</i>	
	72
<b>Bedianashvili G.</b>	
MODERN GLOBAL CHALLENGES AND UNCERTAINTY FACTOR IN MANAGEMENT .....	72
<b>Білоусова Т.П.</b>	
МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РИНКУ КОНКУРУЮЧИХ ТОВАРІВ В УМОВАХ ЗАПІЗНЕННЯ ПОСТАВОК .....	73
<b>Димова Г.О.</b>	
ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВИПАДКОВИХ ПРОЦЕСІВ СИСТЕМ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ В ЗМІННИХ СТАНУ.....	74
<b>Ларченко О.В.</b>	
ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....	75
<b>Лобода О.М., Кириченко Н.В.</b>	
ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В СЕРВІСНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	77
<b>Худік Н.Д., Балута О. С.</b>	
СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ТОРГІВЛІ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ .....	79
<b>Шабля О.С.</b>	
МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ СОРТІВ БАШТАННИХ КУЛЬТУР ВІТЧИЗНЯНОЇ СЕЛЕКЦІЇ В УКРАЇНІ .....	80
<b>Шевченко О. А.</b>	
МЕТОДИ ТА СИСТЕМИ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГО ТА ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	82
<i>Section 6. REALITIES AND PROSPECTS OF PUBLIC ADMINISTRATION AND REGIONAL GOVERNANCE: WORLD AND DOMESTIC EXPERIENCE OF EFFECTIVE ECONOMIC MANAGEMENT AT THE STATE AND REGIONAL LEVELS .....</i>	
	84
<b>Аверчева Н.О.</b>	
НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА НА ДЕРЖАВНОМУ РІВНІ.....	84
<b>Музика П.М., Соломонко Д.О., Литвин Р.І.</b>	
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПОЛІТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....	86

<b>Оплачко І.О., Хомич В.М.</b> БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ .....	88
<b>Рогозян Ю.С., Нестеров Г.Г.</b> ПІВДЕННО-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗБУДОВИ ТЕРИТОРІЙ ПРІОРИТЕТНОГО РОЗВИТКУ .....	90
<b>Самойлик Ю.В., Волкова Н.В., Жолоб М.В.</b> ІМІДЖ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	91
<b>Скібіна Т. І.</b> НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ .....	93
<b>Соколова А.О., Савчук Л.А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАВДАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ .....	95
<i>Section 7. EDUCATION MANAGEMENT: INNOVATIVE TEACHING METHODS AND CURRENT TRAINING TECHNOLOGIES .....</i>	<i>98</i>
<b>Stryhul M.V.</b> DEVELOPMENT OF NEW FORMS OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION .....	98
<b>Білошпка В.С.</b> ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНОЇ ПЛАТФОРМИ ZOOM ПРИ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ .....	100
<b>Варнавська І.В.</b> АСПЕКТИ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ .....	101
<b>Копилець Є.В.</b> ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ГУРТКІВ ТУРИСТСЬКО-КРАЄЗНАВЧОГО НАПРЯМУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ КРИЗЬ ПРИЗМУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ .....	103
<b>Мендела Є.М.</b> SOFT SKILLS ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА МЕТОДИЧНІ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ .....	105

---

## **Section 1.**

# **CURRENT TRENDS IN THE THEORY AND PRACTICE OF MANAGEMENT IN THE AGRICULTURAL AND FOOD, INFRASTRUCTURE, FINANCIAL AND OTHER SECTORS IN A SERVICE ECONOMY**

---

**Gereles A.**

*Ph.D. Candidate, Institute of Applied Economics,  
Faculty of Economics and Business,  
University of Debrecen, Hungary*

## **THE RISKS AND INFLUENCE OF A WAR ON UKRAINIAN DAIRY INDUSTRY AND AGRICULTURE IN FULL**

The full-scale war that began in Ukraine on February, 24, 2022 has caused extensive damage to homes, productive assets, agricultural land, roads and other civilian infrastructure, as well as lives' losses across the country. It is clear that the war has resulted in a severe food security challenge. Ukraine is one of the largest exporters of food in the world, which has provided yields of more than 100 million tons of cereals and oilseeds in 2021 and food for more than 400 million people in the world, besides own population. Disruption of this year's sowing campaign, attacks on agricultural regions of Ukraine, as well as the blockade of seaports of the country, will primarily lead to a food crisis in Africa, the Middle East and Southeast Asia.

The global food crisis, according to our opinion, will lead to an economic crisis around the world. Therefore, the end of the war in Ukraine is a matter of global interests, not a problem of one country. Given the above, the purpose of this study is to prove the socio-economic importance of Ukrainian agricultural sector in the world's food security and the risks posed by the war. In particular, to give a comprehensive assessment of its condition and the dairy subcomplex as an important component of the sector.

### **Challenges of Ukrainian dairy industry during war**

Production of milk and dairy products is one of the key directions of the Ukrainian food industry. The development of this sector contributes to the food security of the state, as well as contributes to the development of its export potential. According to published preliminary data of the State Statistic Service of Ukraine [3], the total number of cows in Ukraine as of January 1, 2022, decreased by 6.6% – to 1 million 563.3 thousand heads. In particular, 422.1 thousand cows were housing in industrial farms, which is 0.4% or 1.8 thousand less than on the corresponding date last year [1]. In general, the distribution of forces was as follows: 27% of the total livestock is concentrated in industrial farms and 73% in households. Five years earlier, the picture was as follows: 22.8% to 77.2%.

The beginning of the war actually paralyzed the dairy business. Problems with milk sales and logistical collapses were the number one problem. As a result, purchase prices for milk in a number of regions have skyrocketed, losing within 10% on the brand. Dairy processing enterprises in the liberated territories are resuming temporarily suspended work or increasing the amount of processing lost during the hostilities. Currently, the dairy industry is able to meet the needs of the country in



basic dairy products. Stable work was restored by 60-65% of processing enterprises, and taking into account the balances in warehouses – cheese product, powdered and condensed milk, which was previously exported, the demand for such goods can be fully met. According to the Ministry of Agriculture and Food Policy [2], some plants have not only resumed milk processing, but even increased it. The main emphasis in wartime is on the manufacture of long-term storage products. Overall, the loss of the herd due to occupation and battles estimates up to 15% currently.

#### **The state of agricultural sector at war time**

In 2021, agriculture remained one of the key sectors in Ukraine's foreign economic activity. During that year, the products of the agro-industrial complex were exported for a total of USD 27.3 billion, which is 41% of all-Ukrainian exports. Compared to the previous year, this figure increased by 25% [3]. The largest contribution to the formation of export revenue was made by traditional for the Ukrainian agriculture: exports of sunflower oil (23% of export revenue in 2021), corn (22%) and wheat (19%). This is followed by rapeseed (6%), sunflower meal (6%), barley (5%), poultry (3%), soybeans (2%) and bakery products (1%). Due to the war of Russia against Ukraine, all seaports through which these products were exported are now temporarily blocked. Around 98% of Ukrainian food export is making through sea logistic. Ukraine is currently developing opportunities to establish grain exports by rail across the western border. The western neighbours are working on abolishing quotas and limitations to supply grain through the ports of the neighbouring countries in the Black Sea – Moldova and Romania. However, according to experts, 20-25% of the sector's productivity has already been lost.

The sowing campaign began in Ukraine despite everything. Ukraine is planting around 14 million ha (70%) of spring crops area in 2022. Biggest loss is in north-east, east and south of Ukraine. So far Ukrainian 2022-year sowing campaign is flexible. Farmers are able to adapt, change areas with crops that are banned from export, and the state will buy them at the highest market prices. Still the biggest challenges are the following. The issue is grain exports from the country. Significant limitation of export logistics opportunities directly affects how much farmers and agrarians can sell grain – respectively, how much money to get, which is needed for salaries, sowing, payments and so on. Another two main problems are diesel fuel and finances, which Ukrainian farmers face right now. Finance is a pretty big issue because many suppliers reviewed the financial terms or terms of supply, and now they require 100% prepayment. And as for diesel fuel, Ukraine had like 70% of supply from Belarus and some from Russia before the war. And now the country is trying to get supply from the European Union.

The war against Ukraine is a war against the food security of Europe and the world, and this is an obvious thing that no one needs to prove to anyone today. Food prices have risen over the past month. In the near future, the prices and shortages of products will draw the attention of even those countries that have never encountered such for decades. With varying degrees of severity, but food security issues will be raised in many parts of the world.

#### **References:**

1. Association of Milk Producers, Ukraine (2022). Available on the web at <https://avm-ua.org/>.
2. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2022). Available on the web at <https://minagro.gov.ua/>.
3. State Statistic Service of Ukraine SSSU (2021): Statistic Yearbook "Agriculture of Ukraine 2021". Available on the web at <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

**Аверчев О.В.<sup>1</sup>, Нікітенко М.П.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Херсонський державний аграрно-економічний університет*

<sup>2</sup>*Херсонський державний аграрно-економічний університет*

*mariianikitenko@ukr.net*

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ В АГРОНОМІЇ**

Діджиталізація – це глибинне проникнення цифрових та інноваційних технологій до бізнес-процесів, господарства, комунікацій.

Перехід економіки до ери цифрових можливостей привело до необхідності діджиталізації управлінських процесів, запровадження цифрових продуктів з метою задоволення попиту на ринку.[1]

Від сьогодні вже не існує жодної галузі народного господарства в країні, до якої ще не застосували сучасні цифрові технології. Головна задача діджиталізації агросфери полягає у використанні цифрових технологій для оперативного розв'язання традиційних проблем. Діджиталізація дозволяє переводити безмірну кількість інформації до структурованої системи даних, чим сприяє полегшенню в роботі господарств. Впровадження діджиталізації в агропромисловий комплекс істотно змінює сам підхід до організації збору, обробки, зберігання та використання інформаційних даних, що сприяє вменшенню витрат на виробництво та підвищує продуктивність роботи.

Практично всі етапи виробництва, від уточнення генетики сільськогосподарських культур до управління транспортною логістикою, мають потенціал для цифрової інтеграції в найближчому майбутньому. Такий вплив цифрової інтеграції надає фермерам нові засоби та методи для подальшої оптимізації управління ресурсами, покращує якість та кількість врожаю та збереження продуктивності в умовах мінливого клімату.

Впровадження діджиталізації дає можливість здійснювати повний контроль за роботою теплиць з повністю автоматизованим клімат-контролем. Під час польових робіт допомагають проводити моніторинг різноманітні датчики, що встановлені на рівні землі та посівів, що надають інформацію в реальному часі, про стан ґрунту, наявність води, потреби в родючості врожаю, а також вплив шкідників і хвороб, тоді як супутники та дрони відстежують зміни погоди, умови поля та здоров'я врожаю зверху. Комплексне програмне забезпечення аналізує постійне надходження даних та відправляє корисну інформацію на мобільний телефон фермера в режимі реального часу, надаючи точні рекомендації щодо подальшої роботи.[2]

Розумна сільськогосподарська техніка, яка оснащена глобальними навігаційними супутниковими системами (GNSS) у режимі реального часу (RTK) та іншими датчиками, допомагає фермеру реагувати на виникаючі потреби та можливості – висаджувати насіння з точністю до міліметра в потрібному місці в потрібний час, і застосовувати поживні речовини та пестициди лише там і коли це необхідно. Спеціалізоване програмне забезпечення допомагає відстежувати такі завдання, як посів, полив і внесення поживних речовин, а також зв'язувати зв'язки між конкретними видами діяльності та їх впливом на розвиток культур і врожайність.[2]

Крім впровадження в робочий процес моніторингових систем спостереження за розвитком посівів, в провідних країнах світу використовують точну роботизовану агротехніку. Мультифункціональні безпілотні трактори компаній *New Holland*, *iTarra*, *Avrora Robotics* допомагають проводити посіви та виконувати необхідні агротехнологічні прийоми вчасно та точно, надаючи їм GPS-координати. Для здійснення ґрунтообробних операцій перевагу надають компаніям *DOT* та *Agrosmart L*. Роботів *Naio*, *Continental Automotive* використовують для сівби, унесення добрив та догляду за посівами. Для полів що знаходяться у посушливих регіонах рекомендують використовувати роботів-оприскувачів *Swarm FarmRobotics* або безпілотних літаків для обприскування *AeroDrone*. Зі збиранням врожаю добре справляються

*Root AI, Fieldwork Robotics, Agrobot.* Тож маючи в господарстві таку автоматичну безпілотну техніку можна створити всі необхідні умови для повноцінного виконання роботи не залучуючи багато людської сили. Використовуючи такі технології відбувається скорочення трудовитрат, працівники господарств переорієнтуються на обслуговування техніки, що значно відображається на результаті такої діяльності.

Діджиталізація в сільському господарстві відкриває багато можливостей для ведення точного та розумного землеробства, інтегруючи ці два значення у цифрове землеробство. Точне землеробство це всеосяжна високотехнологічна система управління сільськогосподарським виробництвом, яка інтегрує технологію та технології глобальної системи позиціонування *GPS*, геоінформаційних систем *GIS*, технології оцінки врожайності *YieldMonitor* та *VariableRate*. Дистанційне зондування та контроль технічних засобів.

В Україні за допомогою діджиталізації землекористування здійснює інвентаризацію сільськогосподарських угідь. Що є одним із складових елементів обліку майна агропідприємства, за допомогою якого проводиться контроль і перевірка наявності та стану земельних ділянок для забезпечення достовірності даних обліку та фінансової звітності. Здійснюється допомога з отримання достовірної інформації про визначення щільності ґрунту, його вологості, що є одним із основних факторів отримання стабільних урожаїв. Результати проведення гідрологічних спостережень за рівнем підземних вод, фіксацією температури в сусідніх водоймах, вимірювання обсягу води в річках і в озерах. Отримання точних даних сільськогосподарської метеорології — моніторинг температури і вологості повітря, швидкості і напрямку вітру, кількості опадів, атмосферного тиску, температури ґрунту, а також інтенсивності сонячного випромінювання. Найкраща підтримка держави сприяти розвитку діджиталізації агросектору в Україні. Створення глобальної бази даних та картографування всієї наданої інформації, дозволить побачити реальну картину екологічного стану земель та надасть можливість відстежувати якість виробленої продукції [3].

Розумне землеробство є подальшим розвитком точного землеробства і сприяє в основному підтримці прийняття рішень, оскільки обробка інформації стає дедалі складнішою через злиття та аналіз даних, і її можна освоїти лише за допомогою часткової або повної автоматизації. Розумне землеробство має реальний потенціал для забезпечення більш продуктивного та стійкого сільськогосподарського виробництва на основі більш точного та ресурсоефективного підходу [4].

Ведення розумного землеробства базується на трьох взаємопов'язаних технологічних галузях: інформаційні системи управління, точне землеробство та автоматизація сільського господарства та робототехніка. Інформаційні системи управління включають в себе заплановані системи для збору, обробки, зберігання та поширення даних у формі, необхідної для виконання операцій та функцій ферми. Точне землеробство здійснює управління просторовою та часовою мінливістю для підвищення економічної віддачі після використання ресурсів та зменшення впливу на навколишнє середовище. Процес застосування робототехніки, автоматичного керування та методів штучного інтелекту на всіх рівнях сільськогосподарського виробництва, включаючи агроботів та дронів.

Під цифровим землеробством розуміється послідовне застосування методів точного та розумного землеробства, внутрішня та зовнішня мережа господарства та використання веб-платформ даних разом із аналізом великих даних. Відповідно, діджиталізація забезпечує сучасні методи для досягнення всебічного збору, зберігання, зв'язування та оцінки даних про господарство та виробництво. Зокрема, це може допомогти при об'єднанні та проведенню аналізу даних, що покращить типово складні сільськогосподарські рішення щодо оптимізації шляхом надання інформації, яка раніше була недоступна. Це дозволить вивільнити потенціал, який досі залишався заблокованим для підвищення ефективності використання ресурсів та збереження навколишнього середовища.

Навіть у доступному для огляду майбутньому не вдасться освоїти такі процеси в природі, як погодні умови чи біотичні та абіотичні фактори в сільськогосподарському виробництві за допомогою бази даних та діджиталізації. Однак у найближчому майбутньому діджиталізації

сільського господарства фермери зможуть оперативніше реагувати на ці непередбачувані наслідки шляхом більшого використання сенсорного аналізу або даних дистанційного зондування. Залежність сільського господарства від погодних умов залишається невизначеною, однак, навіть за допомогою цифрових технологій та відповідно покращених прогнозів.

Новітні технології все більше входять у норму життя аграрного сектору. Використання сучасних програм полегшує роботу сільським господарствам та фермерству. Допомагає робити точніший аналіз даних та прогнозування урожайності вирощуваних культур. Проводити доцільний та обґрунтований підбір рослин відповідно до агрокліматичних умов регіону їх вирощування.

Для розвитку та запровадження діджиталізації управлінці підприємства повинні вжити заходів у певних напрямках:

- розробка технічних і економічних вимог до інформаційно-комунікаційних технологій і засобів їхньої реалізації;
- фінансове та ресурсне забезпечення щодо впровадження нововведень;
- збільшення клієнтської бази та підвищення якості інформування їх і персоналу;
- розвиток доступу до міжнародних інформаційних ресурсів з метою глобального планування стратегії розвитку компанії;
- введення нових структур для інформування та зворотного зв'язку;
- підготовка персонал

#### Література:

1. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес-процесів, їх оптимізація. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=ecmebi\\_2018\\_1\\_7](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ecmebi_2018_1_7) (дата звернення 29.03.2021).
2. Аверчев О. В., Нікітенко М. П. Перспективний напрямок застосування діджиталізації в сучасному аграробізнесі. Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 28 квітня 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 2. С. 34-35.
3. Скрипник С. В. Цифрові технології в обліку сучасного аграрного бізнесу. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій» 20-21 вересня 2019 р. Україна, м. Херсон ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет». С. 168-171.
4. Куракова Л.Г. Використання систем штучного інтелекту в управлінні земельними ресурсами новостворених територіальних громад. Управління та раціональне використання земельних ресурсів в новостворених територіальних громадах: проблеми та шляхи їх вирішення: матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Херсон, 04-05 березня 2021 р.) Херсон, 2021. – с. 45-48.
5. Жосан Г.В. Розвиток діджиталізації бізнесу в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/219> DOI: 10.32782/2524-0072/2021-24-40 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-40>
6. Averdeh O., Nikitenko M. Use of digitalization in agricultural sector in monitoring for weather activity at climate change. Azərbaycan Hidrotexnika və Meliorasiya Elm-İstehsalat Birliyinin 2020-ci ilə dair “Elmi əsərlər toplusu”, XLII cild – Bakı: 2021-ci il, “Elm”. Pp. 14-27.



**Боліла С.Ю.,**

*К.С.-Г.Н., доцент*

**Рзаєва Е.Р.**

*здобувач вищої освіти бакалаврського рівня  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕТИКИ ДІЛОВОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

На даний час відбувається збільшення вимог професійного характеру щодо таких робочих посад, як менеджер в сфері ділового адміністрування. Виникає потреба в висококваліфікованих професіоналах, здатних здійснювати ділові комунікації в сучасному конкурентному бізнес – середовищі в умовах високої турбулентності. В рамках організаційної поведінки питання ділових комунікацій розглядалися науковцями з метою підвищення їх ефективності для досягнення поставлених цілей підприємства [1;2;3;4;5]. Вони зазначають, що важливим аспектом професійної компетентності виступає рівень культури та етики спілкування з врахуванням особливостей різних ділових кіл, в тому числі з врахуванням кроскультурної специфіки. Головними вимогами до спеціалістів будь-якої галузі сьогоденного бізнесу є: уміння оперувати набутими знаннями та досвідом; дотримання етнічних норм спілкування та поведінки стосовно колег, бізнес партнерів та клієнтів; гнучкість мислення та пристосованість до будь-яких стресових та повсякденних ситуацій.

Дотримання етики у ділових відносинах - один з ключових факторів функціонування організації та її персоналу як цілісного організму. Праця у діловій сфері являє собою моральну цінність. Причому мораль кожного фахівця пов'язана з сумлінним виконанням покладених на нього завдань для досягнення поставлених керівництвом цілей. В той же час керівник відповідає за створення належних умов для реалізації творчих здібностей підлеглих, їх кар'єрний розвиток та статусність в компанії.

Крім моральної оцінки етика відносин в сфері бізнесу виступає основою для прийняття рішень та дозволяє вирішувати суперечливі етичні проблеми, які виникають на підприємствах серед колективу, між внутрішнім середовищем компанії та зовнішнім. Тому і важливо дотримуватися на практиці правил та принципів ділової етики, які повинен засвоїти майбутній фахівець в сфері ділового адміністрування.

Етика бізнесу – це відповідальність, чесність, порядність, повага до партнерів, співробітників та клієнтів, здатність ефективно функціонувати на ринку згідно з діючими законами, нормами та у встановлений термін. Формування попиту та стимулювання збуту товару на ринку в умовах конкуренції – перелік головних цілей бізнес компаній. Відповідальність за результат в даному процесі покладена на менеджера, який спираючись на прийняті етичні норми, розробляє стратегію взаємодії з клієнтами з метою активізації продажу товару компанії.

Етика – найважливіша та одна з невід'ємних частин вдалого та перспективного бізнесу, наука спілкування та поведінки. За статистикою, в багатьох сферах бізнесу 85 – 95% усього доходу формує база постійних клієнтів, сформована роками плідної праці. Отже, головним завданням будь якого підприємства та кожного менеджера постає – зберегти постійних клієнтів та злучити нових.. Для успішної взаємодії з клієнтами в сучасному бізнесі спілкування повинно відбуватися з дотриманням усіх норм етики.

На підприємствах, що є світовими лідерами персонал в очах клієнта представляє компанію, створює її імідж, справляє враження на споживача та формує ставлення до

організації. Необхідно подати сигнал кожному покупцю, що його поважають та цінують незалежно від кількості грошей в його гаманці та бажають бачити в якості клієнта і в майбутньому. Тому неприпустимо виявляти неприязнь або роздратування при контактах з споживачем, щоб не відштовхнути його та остаточно не втратити. Слід пам'ятати таку просту істину, що один невдоволений клієнт передає своє незадоволення в середньому десятьом іншим, а вони, в свою чергу, ще іншим. До того ж в сучасних умовах погані відгуки поширюються швидше ніж позитивні через надмірне використання соціальних мереж.

Продаж – це контакт, спілкування між людьми, під час якого кожна сторона відстоює свої, та враховує інтереси протилежної сторони, Дотримання етики виконує важливу функцію для бізнесу в плані зусиль, щоб умови проведеної операції були вигідними та вдалими.

Без дотримання етичних норм вся система взаємовідносин в бізнесі та довіри між учасниками буде порушеною. Тому ступінь довіри партнерів до етичних стандартів один до одного має надважливе значення.

Існує декілька проблем, які виникають у бізнесі, та попри усі сумління роблять його менш етичним, а саме :

- відсутність чесності у веденні бізнесу .Під цей критерій підлягають підприємства, що не сплачують податки, не вкладаються в установлені строки, якість товару та послуг яких не відповідає обіцяному;

- недоброчесна реклама. Занадто вульгарна, чи неправдива – така «антиреклама» відлякує та підриває довіру клієнтів;

- дискримінація під час прийому на роботу. Попри жорстоку боротьбу з гендерною нерівністю, нажаль, все ще простежується часткова дискримінація. Вона найчастіше проявляється у ставленні роботодавців деяких видів бізнесу до жіночої статті;

- відсутність поваги до правових норм. Цей критерій є близьким до «відсутності чесності у веденні бізнесу». Велика кількість підприємців легковажно нехтують законом. Хабарництво, порушення домовленостей з міжнародними співробітниками, продаж неякісної продукції, що не відповідає встановленим нормам, не дотримання пожежних норм, відсутність важливої документації;

- відсутність культури спілкування у соціальних мережах. Ділове спілкування все більше переходить до віртуального, з використанням соціальних мереж. Але, не зважаючи на відсутність прямого контакту з клієнтами, колегами та співробітниками, компанії повинні дотримуватись культури віртуального спілкування. Найбільшими помилками є використання голосових повідомлень, наявність помилок, надмірне використання «Еможі»;

- відсутність тайм-менеджменту. Не дотримання позиції «цінують власний і чужий час» - є невтішною тенденцією-помилкою. В результаті відбувається гальмування робочого процесу з обох сторін.

Таким чином, як свідчить реальна практика ділового життя, в наш час відбувається вдосконалення робочого процесу великих та малих підприємств, що у свою чергу стає основою формування якісного та перспективного бізнесу. Дотримання ділової етики у сфері бізнесу в даному процесі є одним із найважливіших критеріїв його ведення та розвитку, чого необхідного дотримуватися та використовувати в практичній роботі менеджера для того .

#### **Література:**

1. Організаційна поведінка. Аспекти ефективного підприємництва / [П. Д. Дудка ін, О. Б. Мосій, О. М. Владимир та ін.]. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. 252 с.
2. Лепейко Т. І. Організаційна поведінка: навч. посібник / Т. І. Лепейко, С. В. Лукашев, О. М. Миронова. Харків: Вид. ХНЕУ, 2013. 154 с.
3. Молчанова А. О., Воляник І. В., Кондратьєва В. П. Організаційна поведінка: Навч. посібн. / за наук. ред. А. О. Молчанової. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2015.176 с.
4. Організаційна поведінка: підручник / В. О. Новак, Т. Л. Мостенська, О. В. Ільєнко.К. : Кондор, 2013. 498 с.
5. Офісний менеджмент : навч. посібник / Л. І. Скібіцька, В. І. Щелкунов, Т. В. Сівашенко, Ю. М. Чичкан-Хліповка. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 616 с.

**Боровік Л.В.**

*д.в.н., доцент, Херсонський національний технічний університет,  
Херсон, Україна*

## **ПРОБЛЕМ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Посилення процесів глобалізації світової економіки, загроза виникнення екологічної кризи в Україні є тією проблемою, яка потребує як найшвидшого вирішення. Безсистемність застосування інструментарію управління екологічними процесами призвело до того, що екологічну ситуацію в Україні можна оцінити як близьку до кризової, що негативно впливає на економічний розвиток суспільства та здоров'я населення країни. Про це свідчить те, що 15% території можна вважати «умовно екологічно чистими» 15% - «помірно забрудненими», а 70% - «забрудненими територіями» [1]. Основними небезпеками є прямі й потенційні глобальні екологічні загрози. Перші безпосередньо негативно впливають на екосистему України, а потенційні загрози є наслідком господарської діяльності як промислових так і аграрних підприємств. Найбільшими забруднювачами атмосферного повітря є підприємства теплоенергетики (біля 29% від усіх шкідливих викидів у атмосферу). Тільки за рахунок енергетичної, металургійної та вугільної промисловостей (відповідно 33, 25 і 23% від усіх забруднюючих речовин) в атмосферу попадає до 81% шкідливих речовин, які згодом попадають у ґрунт і разом з сільськогосподарською продукцією проникають в організм людини. Найвищі концентрації важких металів зафіксовано в ґрунтах східного і південного регіонів країни, де вони значно перевищують гігієнічні регламенти: свинцю у 2,5-3,6 рази, цинку у 1,9-2,8 рази, нікелю у 1,5-2,0 рази. Сумарний показник хімічного забруднення ґрунтів у цих регіонах перевищує 80-90, що відповідає небезпечному, для здоров'я населення, рівню [2].

Розвиток соціально-економічного потенціалу окремих адміністративно територіальних одиниць прямо залежить від їх екологічного стану. Технологічна відсталість та застарілі засоби виробництва призводять до техногенного перевантаження на територіях постійного проживання населення. Як правило, такі території характеризуються високим рівнем безробіття, відсутністю кваліфікованої робочої сили, значним рівнем захворюваності населення та низьким рівнем їх культури. В першу чергу це стосується сільських територій, де в останні роки значно підвищився рівень екологічних загроз. Цьому сприяють невдалі економічні реформи сільськогосподарської галузі, ліквідація великотворних господарств, розпаювання орних земель на окремі невеликі земельні ділянки, знос технічних засобів та іригаційних систем, ігнорування системою обробітку ґрунтів, недостатнє внесення мінеральних й органічних добрив, зміна структури посівних площ у сівозмінах не на користь багаторічних трав-погіршили якість ґрунту.

Великої шкоди довкіллю завдають викиди у атмосферу кислотних сполук хімічними підприємствами, що розташовані у Криму на узбережжі о.Сиваш. Кислотні атмосферні опади завдають значних збитків селянам, які вирощують овочеві та плодово-ягідні культури. Кожного року на великих територіях Херсонської та Запорізької областей, як наслідок, випадання таких опадів повністю або частково знищується врожай, а ті сільськогосподарські культури, які від них часто страждають, втрачають якість і ціну, стають низько рентабельними і неконкурентоспроможними. До того ж, шкідливі речовини, які є у таких атмосферних опадах є небезпечними для здоров'я людини. Враховуючи вищевикладене, в Україні прийнято низку законів, скерованих на покращення екологічної ситуації в країні [3]. Беручи їх за основу, вчені пропонують застосовувати такі технології, які не входять в конфлікт з природою.

До теперішнього часу немає чіткої державної програми, щодо поліпшення екологічної ситуації у сільськогосподарській галузі шляхом впровадження технологій, які б дозволяли отримувати органічну продукцію. Ведення органічного землеробства сприяло б поліпшенню

агроєкосистеми, збільшенню обсягів виробництва екологічно чистої продукції та зменшенню ризиків виснаження родючості ґрунтів [4]. Крім цього, був би значно розширений сегмент ринку збуту вітчизняної аграрної продукції в Європі, так як попит на органічну продукцію у країнах Європейського Союзу стрімко зростає.

Сучасна екологічна ситуація в Україні є незадовільною і потребує переходу до стійкого і збалансованого еколого-економічного розвитку. З цією метою держава повинна удосконалити механізм користування природними ресурсами, правила та стандарти, які б більш чітко регулювали охорону навколишнього середовища й природокористування.

#### **Література:**

1. Мартусенко І.В., Корчевна К.Ю. Екологізація економічного розвитку: пріоритетні напрями та перспективи для України. Матеріали 10-ї міжнародної науково практичної конференції «Бъдещите изследвания». Т.11. Икономики.София: Бял Град. 2014. С.17-20.
2. Сагайдак Ю., Скопенко Н. Екологізація економіки України. Вісник ТНЕУ. 2011. №5 (2). С.250-260.
3. Боровік Л.В., Танклевська Н.С. Вплив інвестиційної політики на формування екологічно-інвестиційного потенціалу сільського господарства. «Інтелект ХХІ», 2019. №3. С.121-125.
4. Федорчук О.М., Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Аналіз сучасного стану державної підтримки аграрних підприємств України. Бізнес – Навігатор. 2019. № 2. С. 51 – 57.

**Добриніна Л.В.**

*К.е.н., ст. викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна*

## **ЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТОГО СТРАХУВАННЯ**

Страховання є однією із ланок фінансової системи. Це – одна з найдавніших категорій суспільних відносин. В свою чергу особисте страхування є однією із галузей страхування. Воно пов'язане із організацією забезпечення страхового захисту особистих доходів громадян у результаті настання ризиків, які можуть погрожувати їхньому життю або стану здоров'я. Особисте страхування має безпосереднє відношення до особливої сфери процесу відтворення (відтворення робочої сили) і зумовлене ризиковим характером діяльності людей різної професійної спрямованості та підвищеним ступенем ризику, який визначається безліччю факторів (погіршення стану навколишнього природного середовища, зростання числа явищ криміногенного характеру, низька якість продуктів харчування, низький рівень медичного обслуговування населення і т. д.).

Особисте страхування можна визначити як галузь страхової діяльності, яка має на меті надання певних послуг як фізичним (окремим громадянам, членам їхніх сімей), так і юридичним особам (наприклад, страхування працівників за рахунок коштів підприємств від нещасних випадків). Ці послуги передбачають страховий захист страхувальників (застрахованих) у разі настання несприятливих подій для їхнього життя і здоров'я.

Особливістю цієї галузі порівняно з іншими є те, що об'єкти особистого страхування (життя, здоров'я, працездатність людини) не мають вартісної оцінки. Тому вважається, що в особистому страхуванні не відбувається компенсації матеріальної шкоди, а виплати страховика на користь страхувальника (застрахованого) або його родини мають характер фінансової допомоги.

Договір особистого страхування регулюється Законом «Про страхування» без виділення окремих видів страхування. Разом з тим, на практиці існують деякі види договорів особистого страхування зі своїм особливим режимом.

Страховання життя, як відомо, є видом особистого довгострокового страхування. Воно передбачає, взяття страховиком на себе зобов'язання виплатити обумовлену суму після



настання страхового випадку. В той же час страхувальник зобов'язується вчасно та безперебійно вносити страхові платежі. Причиною виникнення відносин у сфері страхування життя є наявність страхового ризику втрати життя чи працездатності, виникнення фінансових проблем після досягнення пенсійного віку або інших непередбачуваних подій. Страхування життя спрямоване на вирішення вищезазначених подій шляхом компенсації фінансових втрат. Виокремлення страхування життя від ризикового зумовлене наявністю у першому фундаментальних відмінностей та особливостей, а саме:

- всі угоди зі страхування життя укладаються на довготривалий період;
- ймовірність настання страхового випадку (смерті) зростає разом з віком страхувальника;
- страхування життя забезпечує не тільки покриття ризику, але й нагромадження коштів;
- найпоширенішим видом страхового покриття є фіксована сума;
- вартість життя або здоров'я не піддається грошовій оцінці, тому страхова сума визначається за згодою страховика та страхувальника[1].

Аналізований вид страхування має дуже важливе значення для держави та суспільства. Адже резерви, що сформовані страховиками за рахунок внесків за договорами страхування життя, призначені виключно для виплат страхових сум, які відтерміновані у часі, і стають вагомим джерелом зростання інвестицій в економіку. Таким чином, цей вид страхової діяльності забезпечує інвестування коштів у економіку на тривалий термін, а страховикам та страхувальникам – додаткові доходи. При цьому інвестиційний потенціал страховиків, що надають послуги зі страхування життя, зростає із розширенням кола страхувальників. Окрім цього, страхування життя, зменшуючи економічний тиск на державний бюджет, доповнює державну систему соціального захисту, додає страхувальникам та застрахованим впевненості у їх власному майбутньому та майбутньому їхніх нащадків, а також змушує задумуватись про безпеку власного життя завдяки реалізації превентивної функції, а саме «обмеження в договорі щодо виплат у випадку самогубства та зі страхових випадків, які відбулися в стані алкогольного і наркотичного сп'яніння»[3]. Нагромаджені завдяки страхуванню життя кошти для виплати майбутніх пенсій, оплати витрат на навчання, весілля та інші події, сприяють тому, щоб кожний громадянин реалізував свої можливості і задовольнив потреби.

З метою оцінки реалізації інвестиційної функції страховиками, що спеціалізуються на страхуванні життя, проведемо аналіз обсягів сформованих ними страхових резервів і напрямів їх розміщення в дохідні активи. Як видно з табл. 1., впродовж 2017-2021 рр. резерви, які формують компанії зі страхування життя, характеризуються позитивною динамікою. Показники їхніх обсягів зросли у 2021 р. порівняно з 2017 р. більше як у 2 рази. Зміна резервів зі страхування життя за 2017-2021 рр. представлена у таблиці 1.

*Таблиця 1*

**Страхові резерви страхових компаній зі страхування життя  
на 30 вересня з 2017 по 2021 роки**

№	Назва компанії	2017, тис. грн.	2018, тис. грн.	2019, тис. грн.	2020, тис. грн.	2021, тис. грн.	Темп 21/17, %
1	Тас	1 972 221	2 211 669	2 337 783	2 815 023	3 104 103	57,4
2	Мет лайф	1 670 736	2 035 255	2 562 628	3 197 023	3 964 710	237,3
3	Уніка життя	565 520	690 761	824 699	846 843	910 471	61
4	Рзу Україна страхування життя	548 322	604 880	733 464	934 201	1 132 438	206,52
5	Аха страхування життя	16 494	23 793	35 099	58 153	62 339	377,95

*Джерело: складено на основі[2]*

Така ситуація є сприятливою для довгострокових інвестицій та може позитивно вплинути на структуру інвестиційного портфеля. Але цей сегмент ринку в основному представлений великими світовими компаніями, з одного боку це сприяє поширенню

страхової культури в нашій країні, створенню нової лінійки страхових продуктів, запровадженню ефективних прийомів ризик-менеджменту, методики продаж, грамотному управлінню інвестиційним портфелем та підвищує конкурентоспроможність вітчизняної страхової системи, з іншого боку отримані під час діяльності доходи цих компаній не вкладаються в розвиток української економіки, а виводяться за межі держави.

Розвинена система особистого страхування компенсує недостатність державних соціальних гарантій, що надаються в рамках соціального забезпечення і соціального страхування, доповнює їх до максимально можливих в сучасних умовах стандартів[1].

Особливістю цієї галузі є поєднання в ній усіх видів страхових послуг, що забезпечують страховий захист життя, здоров'я осіб та дозволяють накопичувати додаткові пенсії.

На відміну від засобів страхування майна, засоби особистого страхування не мають оцінки. У зв'язку з цим вважається, що особисте страхування не відшкодовує страхові збитки, матеріальні збитки, а виплати страховику на користь страхувальника або його сім'ї є фінансовою допомогою, за допомогою якої останні намагаються запобігти фінансовим труднощам, які виникають у зв'язку зі смертю або інвалідністю.

#### **Література:**

1. Куряча Н.В. Сучасний стан розвитку ринку особистого страхування в Україні URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50\\_2020\\_ukr/43.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/43.pdf)
2. Фориншурер» Статистика страхового ринку. URL: <https://forinsurer.com>
3. Стецюк Т. І. Сутність страхування життя: значення, функції, ризики. *Наука й економіка*. 2015. Вип. 1. С. 154-160.

**Жосан Г.В.,**

*к.в.н, доцент*

**Піскун Л.О.**

*аспірант,*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет  
м. Херсон Україна*

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАГРОЗИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

Нестача їжі або продовольства для задоволення потреб людини визначається як продовольча криза. Термін використовується для пояснення ситуації, коли країни чи люди не задовольняють свої потреби в продуктах харчування.

Розвиток харчової промисловості і сільськогосподарська продукція, що є основою харчування, виступає демографічним чинником. Цей чинник є основним для забезпечення природних потреб людини [1]. Серйозність ситуації та її наслідки з часом проявлятимуться у всьому світу, а вивчення проблем загрози продовольчої кризи має значну актуальність.

У світі відбувається демографічний вибух (Китай, Індія, країни Африки та інші), а продуктивні сили неспроможні в повному обсязі забезпечити все населення світу продуктами харчування. На це впливають кризові ситуації, природні катаклізми і неефективність використання продуктивних сил у сільському господарстві.

Загострення світової продовольчої кризи та формування негативних для споживачів прогнозів щодо подальшої цінової динаміки на ринку агропродукції актуалізують питання забезпечення продовольчої безпеки для переважної більшості країн світу [2].

Питання якості харчування залежить не тільки від громадянина, але й від виробника: які ним використовуються сировина, технології переробки тазберігання продукції, які терміни

постачання споживачам. Разом все це впливає на стан здоров'я нації, її продуктивність, тривалість життя.

Зараз багато авторів підкреслюють необхідність якості харчування шляхом розширення асортименту продуктів, збільшення виробництва за допомогою державної підтримки з використанням інноваційних технологій. Інноваційні технології виробництва продукції харчування повинні забезпечувати наявність усіх складових повноцінного харчування: жирів, білків, вуглеводів, макро- і мікроелементів, амінокислот [3].

Сьогодні загроза продовольчої кризи загострила серйозну ситуацію в агропромисловому секторі. Серед найбільш значущих факторів і загроз продовольчої кризи можна вважати нестабільну ситуацію в країні, неврегульованість валютного ринку, значне підвищення цін на продукти харчування та комунальні послуги. Вирішення цих проблем, є першочерговими кроками до підвищення рівня життя населення та продовольчої безпеки.

Неможливість задовольняти потреби більшої частини населення країни в раціональному харчуванні визначається за рахунок наступних факторів: великий рівень диференціації доходів, низький рівень мінімальної заробітної плати і прожиткового мінімуму, які розраховані тільки на мінімальне фізіологічне задоволення харчуванням без задоволення соціальних потреб. Низька платоспроможність населення негативно впливає на розвиток виробництва.

Проблема продовольчої безпеки також полягає в тому, що багато вітчизняних продуктів харчування виробляються з імпоротної сировини. Експерти вже бачать загрозу продовольчої кризи. Фактичні обсяги імпорту часто приховуються, «сірий» імпорт не враховується, тому важко визначити об'єктивну ситуацію із загрозою кризи.

Якщо ми ретельно проаналізуємо всі загрози продовольчої безпеки, то зрозуміло, що єдиний захист від них – збільшення власного виробництва. Але головна загроза продовольчої безпеки полягає в тому, що населення не має стимулів займатися сільським господарством. Значною мірою вирішення проблем загрози продовольчої кризи залежить від потенціалу агропромислового сектору.

Наслідки глобальної зміни клімату стають все більш відчутливими. Це спонукає фахівців та науковців вносити зміни у структуру посівних площ з врахування культур у яких є високий адаптивний потенціал [4].

На сьогодні сучасні підприємства дуже активно використовують підходи стратегічного менеджменту та розробляють стратегії розвитку на декілька кроків уперед [5]. Стратегічний менеджмент – це управлінська діяльність з опрацювання і реалізації рішень, направлених на повне та ефективне використання наявних ресурсів, спрямованих на отримання перспективних завдань, поставлених перед підприємством [5]. Це є базою, що під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників породжує появу адаптації на ринку конкуренції.

Справа не в тому, що країні необхідно виробляти всі види сільськогосподарської продукції, необхідно виробляти найбільш придатні для умов конкретної країни продукти харчування, експортувати їх надлишки, а іншу продукцію - імпортувати. Необхідно забезпечити такі соціально-економічні відносини, які б гарантували доступ до продуктів харчування для всього населення країни без винятку.

Необхідно прийняти новий стратегічний курс реформування аграрного сектору економіки, який має базуватися на методах виключно антиінфляційного характеру з використанням оцінки реального ефекту внутрішніх та зовнішніх інвестицій.

Продовольче самозабезпечення передбачає задоволення основної частини потреб у продуктах харчування. Тому системоутворювальним центром у гарантуванні продовольчої безпеки є харчова промисловість. Для цього необхідно встановити контроль за такими її підсистемами як планування, збут і розподіл, резерви і споживання продовольства, кадрове, інформаційно-консультативне, фінансове, наукове та матеріально-технічного забезпечення тощо [6].

Реальна і повноцінна система продовольчої безпеки країни повинна охоплювати такі складові: міцне і надійне забезпечення, що базується на національному АПК, здатному

постійно забезпечувати населення продуктами харчування на відповідному рівні, адекватно реагуючи на кон'юнктуру продовольчого ринку. Фізична і економічна доступність необхідної кількості асортименту продовольства для різних категорій населення забезпечується їх платоспроможністю, що не ставить під загрозу задоволення інших основних потреб людини. Система захищеності вітчизняного виробника продовольчих товарів від імпоротної залежності як в продовольстві, так і ресурсному забезпеченні [7].

Стратегія продовольчої безпеки, має бути спрямована на забезпечення необхідної кількості продовольства за рахунок власного виробництва і при необхідності – за рахунок імпорту. Підтримку стабільності продовольчого постачання за рахунок скорочення коливань пропозиції і врожайності, адекватного управління національними запасами продовольства, розвитку транспортної інфраструктури та систем збуту, забезпечення доступу всіх верств населення до наявного продовольства. Відтак, виконання всього наміченого комплексу завдань сприятиме вирішенню проблем загрози від продовольчої кризи в умовах глобальних викликів.

#### **Література:**

1. Тіщенко М.Г. Проблеми забезпечення продовольчої безпеки в Україні / М.Г. Тіщенко, // Ефективна економіка № 7 - Дніпро: ТОВ «ДСК-центр» ЛТД», 2013
2. Аверчев О.В. Вплив генотипу на економічну ефективність вирощування круп'яних культур в умовах причорноморського степу / О.В. Аверчев // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) – №25 – Мелітополь, 2014. – С. 9-13.
3. Немченко В. В. Продовольча безпека: макро– та мікроекономічний аспекти / В.В. Немченко, А.В. Немченко // Економіка харчової промисловості. – № 2. – 2013. – С. 16-18
4. Аверчев О.В. Перспектива вирощування сорго в Україні / О.В. Аверчев, Є.О. Піскун // Topical issues of modern science, society and education: Зб. наук. пр. – Харків, 2022. - С. 8-12
5. Зайцева О.І., Жосан Г.В., Бетіна В.О. Стратегічна адаптація підприємства й аналіз методичних підходів до її оцінки в контексті інтеграції України до Європейського Союзу/ О.І. Зайцева, Г.В. Жосан, В.О. Бетіна //Економіка. Менеджмент і маркетинг. - № 3.- Херсон: Бізнес Інформ, 2018. – С.348
6. Гойчук О.І. Продовольча безпека. Монографія. / О.І. Гойчук. – Житомир: Полісся, 2004. – С. 348-359 с
7. Ульяновченко А. В. Продовольча безпека – основа національної безпеки держави / А. В. Ульяновченко, Н.В. Прозорова [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://congressworld.com.ua>, вільний. - Загл. з екрану. (20.05.2022).

**Кочнова І.В.**

*ст. викладач*

*НУ «Запорізька політехніка», Запоріжжя, Україна*

## **СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В DIGITAL**

Розвиток української економіки спонукав вітчизняні аграрні підприємства до усвідомлення проблеми необхідності практичного застосування маркетингової стратегії у своїй повсякденній діяльності.

Формування стратегії є основним етапом у процесі стратегічного управління аграрного підприємства. Серед існуючого різновиду стратегій підприємства маркетингова стратегія відіграє досить важливу роль. Багато вчених відносять її до функціональних стратегій, але насправді вона охоплює усі рівні стратегічного планування на підприємстві [1, с. 91].

На даний час світове аграрне господарство унаслідок еволюційного розвитку технологій є орієнтованим на використання екологічно чистих природних ресурсів, передових інноваційних технологій розумного, точного землеробства, зокрема генетичної модифікації, нанобіотехнологій, позагрунтового вирощення рослин і вертикального землеробства, а також

складних технологічних систем супутникової навігації, роботів, безпілотних літальних апаратів/дронів, 3D друку продуктів харчування, Інтернету речей, блокчейну тощо [2, с. 60].

Впровадження digital-маркетингу, наявність digital-стратегії в нашій країні вже практично перетворилося з модного атрибуту в життєву необхідність. Але чіткого розуміння сутності цих понять, особливо у підприємствах аграрного сектору, поки що не існує. Зазначимо, що за даними Smartinsights.com, на даний час лише половина компаній мають прописану digital-стратегію. При цьому у 34% організацій вона інтегрована в загальну маркетингову стратегію, а у 16% представлена окремим документом [3].

Digital-маркетинг – це сучасний засіб комунікації підприємства з ринком за допомогою цифрових каналів просування товару (підприємства) з метою ефективної взаємодії з потенційними або реальними споживачами у віртуальному та реальному середовищах.

Агрокомпаніям потрібна правильна платформа для інновацій, комплексне цифрове ядро, яке дозволить їм працювати на більш інтелектуальному рівні, використовуючи «розумні» технології. Постачання сировини, фермерство, виробництво і торгівля, а також переробка та маркетинг вимагають цифрової платформи з різними функціями, вона повинна забезпечувати поєднану, відкриту й інтегровану основу всіх процесів без перешкод чи бар'єрів, аби розширювати можливості бізнесу.

Основними методами digital-маркетингу є: контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct; технологія Big Data – масиви даних великих обсягів; ретаргетинг (англ. retargeting) – перенацілювання; мобільний маркетинг; електронна пошта; вірусний маркетинг; RTB (англ. real time bidding) – торги у реальному часі; SMM (англ. social media marketing) – соціальний медіа-маркетинг; SMO (англ. social media optimization) – оптимізація для соціальних мереж; SEO (англ. search engines optimization) – оптимізація сайту у пошукових системах; SEM (англ. search engine marketing) – пошуковий маркетинг.

Дозволити собі всі інструменти одночасно можуть не всі компанії, оскільки, це не ефективно. Вибір залежить від цілей та можливостей бізнесу.

Обов'язкові до використання: Веб-сайт – причому не сайт-візитка з контентом про все. У продажах окремих послуг або агропродуктів допоможуть окремі лендінги; SMM – просто анонси та новини, посилання на контент різних сайтів – неефективні. Необхідна взаємодія з аудиторією, контент-стратегія; замість точкової реклами статей і відео – чіткий таргетинг, робота з персонами, кампанії на залучення і утримання аудиторії; розсилання не масові, а персоналізовані, з підключенням ланцюжків тригерних листів і інтеграцією з месенджерами; CRM з синхронізацією маркетингу і продажів замість обдзвону менеджерів за базою контактів.

Чотири головні інструменти пошуку клієнтів в агросфері: SEO-оптимізація та оголошення Google Ads – для отримання трафіка на сайт; Таргетована реклама в соціальних мережах – для повернення потенційних клієнтів; Media (публікації в галузевих і бізнес-медіа, паперових і онлайн) – для розповіді про товари і послуги потенційно зацікавленій аудиторії [4].

Правильно формуйте попит на продукт чи послугу. Якщо клієнт шукає вас і саме ваші послуги, він повинен знайти вас у пошуковій системі та на агрегаторах. Якщо ви хочете розповісти про себе широкій аудиторії, використовуйте контент-маркетинг та медійну рекламу. Якщо ви хочете повернути клієнта, який вже був у вас, використовуйте інструменти повторної комунікації – SMM, email, ремаркетинг, push, SMS та інші інструменти.

Отже, для досягнення головної мети агромаркетинга в системі управління підприємством є маркетингова стратегія в умовах діджиталізації, яка завдяки Інтернету набуває більшої сили впливу на успіх діяльності аграрних підприємств та забезпечує їх сталий розвиток.

#### **Література:**

1. Івченко Є.А. Дослідження підходів щодо визначення сутності маркетингової стратегії підприємства. Механізм регулювання економіки. 2009. № 4. С. 90–96.

2. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналіт. Довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. Київ: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.
3. Сахно А. Что такое digital-стратегия и зачем она нужна? URL: <http://digitalbee.com/blog/digital-marketing/chto-takoe-digital-strategiya-i-zachem-ona-nugna/>, (дата звернення: 25.05.2022).
4. Інструменти діджитал для агросфери. URL: <https://raiffeisen.ua/biznesu/blog/instrumenti-didzhital-dlya-agrosferi-333>, (дата звернення: 25.05.2022).

**Морозов Р.В.**

*д.е.н., професор,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК УКРАЇНИ**

За нинішньої економічної ситуації для умов України одним з найбільш важливих напрямів перетворення аграрного виробництва вважається концепція сталого розвитку сільського господарства, відповідно до якої сільське господарство повинно одночасно задовольняти потреби суспільства в продовольстві, забезпечувати високий рівень життя населення і не завдавати шкоди навколишньому середовищу.

Поняття «сталий розвиток» виникло тоді, коли людство після довгого, в цілому безконфліктного з природою розвитку прийшло в ХХ столітті до зіткнення з біосферою, що призвело до швидких глобальних змін в усіх середовищах і практичного призупинення відновлення ресурсів (повітря, води, ґрунтів, рослинного і тваринного світу) в первинному вигляді. Став необхідним перегляд стратегії розвитку цивілізації [1, с. 29].

За цієї ситуації виникла необхідність нової організації господарювання, що давало б можливість відійти від ресурсорієнтованої економіки, перейти до сталого стану розвитку. Поняття «сталість» і міркування про шляхи її досягнення стали все частіше з'являтися в наукових звітах, стратегіях розвитку окремих територій і цілих країн.

В контексті дослідження проблем сталого розвитку важливими є наукові розробки зарубіжних і вітчизняних учених. До питань сталого розвитку економічних систем зверталися зарубіжні дослідники Г. Брундтланд [5], К. Кондратьєв [2], Д. Медоуз [3] та ін.

Вітчизняна економічна наука впродовж багатьох десятиліть також збагачується розробками теоретичного і прикладного характеру в цій сфері. Водночас, незважаючи на вагомість даної проблематики й посилену увагу до неї багатьох провідних дослідників, окремі її аспекти залишаються недостатньо вивченими.

Вітчизняними науковцями доведено, що «...сталий розвиток – це ідеальна модель соціально-економічного розвитку, досягти якої дуже проблематично, але прагнути цього варто. При цьому не потрібно міфологізувати сам процес переходу до сталого розвитку. Це лише відволікатиме від стратегічно важливих завдань розвитку цивілізації і залишатиме поза увагою нагальні потреби людства, в першу чергу – відтворення навколишнього природного середовища» [1, с. 34].

Разом із тим, як відмічає В.Я. Шевчук, «...для умов України сталий розвиток може бути визначений як процес гармонізації продуктивних сил, забезпечення гарантованого задоволення принаймні мінімально необхідних потреб всіх членів суспільства за умови збереження й поетапного відтворення цілісності навколишнього середовища, забезпечення рівноваги між потенціалом природи і вимогами людей усіх поколінь» [4, с. 23, 24].

Зазначимо, що у найбільш загальному вигляді, як визначають вітчизняні вчені, основне завдання сталого розвитку полягає у забезпеченні динамічного соціально-економічного зростання, збереженні навколишнього природного середовища і раціональному використанні природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб нинішнього і майбутніх поколінь шляхом побудови високоефективної економічної системи.

Цілком очевидно, що передумовою звернення українських вчених до проблем сталого розвитку і функціонування АПК як сформованого за певний період способу взаємодії суспільства і навколишнього природного середовища, що відображає сучасний рівень розвитку суспільства, специфіку задоволення суспільством своїх потреб та певне навантаження на навколишнє природне середовище, стали об'єктивні причини його функціонування.

Отже, особливу актуальність проблема забезпечення сталості набула в сфері агропромислового виробництва та поєднує в собі три важливих взаємообумовлених аспекти – соціально-економічний, природничий і техніко-технологічний. Оскільки АПК є однією з найважливіших складових загальноекономічної системи, сталість його розвитку багато в чому визначає характер функціонування соціально-економічної системи в цілому.

В результаті дослідження доведено, що стале розвиток агропромислового комплексу як сформований за конкретний історичний період спосіб взаємодії суспільства і навколишнього природного середовища, передбачає забезпечення на тривалий термін збалансованого економічного зростання та покращання соціальних і екологічних параметрів його діяльності.

#### **Література:**

1. Данилишин Б. М. Економіка природокористування : підручник / Данилишин Б. М., Хвесик М. А., Голян В. А. К. : Кондор, 2010. 465 с.
2. Кондратьев К. Я. Перспективы развития цивилизации: многомерный анализ / Кондратьев К. Я., Крапивин В. Ф., Савиных В. П. М. : ЛОГОС, 2003. 576 с.
3. Медоуз Д. Пределы роста. 30 лет спустя : учеб. пособ. для вузов / Медоуз Д., Рандерс Й., Медоуз Д. ; пер. с англ. Е. С. Оганесян. М. : Академкнига, 2007. 342 с.
4. Шевчук В. Я. Про концепцію переходу України до сталого розвитку / В. Я. Шевчук // Проблеми сталого розвитку України. 1998. С. 23–38.
5. United Nation. Agenda XXI: Programme of action for sustainable development. UN Puplication, 1992. [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Prvs/2009\\_1/0044.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Prvs/2009_1/0044.pdf)

**Тулуш Л.Д.,**

*к.е.н, доцент, с.н.с., зав. відділу*

**Радченко О.Д.,**

*к.е.н, доцент, с.н.с., п.н.с. відділу*

**Стріховський Д.М.**

*аспірант<sup>1</sup>,*

*Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»  
м. Київ, Україна*

## **НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Економіка України в умовах воєнного стану зіштовхнулася з небаченими загрозами, внаслідок чого вимагала реалізації дієвих заходів підтримки з боку держави, покликаних унеможливити найбільш песимістичні сценарії подальшого її розвитку. Станом на середину травня 2022 р., за оцінками проєкту KSE Institute [3], загальна сума прямих задокументованих збитків інфраструктури України унаслідок руйнувань під час війни склала понад 97,4 млрд дол. Тому держава подбала про спрощення інструментарію фіскального регулювання стану

---

<sup>1</sup> Науковий керівник – к.е.н, зав. відділу фінансово-кредитної та податкової політики ННЦ ІАЕ Л.Д.Тулуш

економіки. Основні програми надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва в умовах воєнного стану приведено у табл. 1.

*Таблиця 1*

**Основні програми надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва в умовах воєнного стану на початок червня 2022 року**

Напрямок підтримки	Підстава та суть підтримки
Податкові зміни	Закон України № 2120-ІХ від 15.03.2022 р. «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану. Закон містить кардинальні зміни щодо єдиного податку, зменшення ПДВ та акцизу на пальне, податкові стимули для великого бізнесу та благодійності
Кредитування підприємств за програмою «5-7-9»	Порядком надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 28 зі змінами та доповненнями. Передбачено суттєві спрощення для кредитування, зокрема, можливість отримання пільгових кредитів під 0% річних з гарантією від Уряду України на рівні 80%
Доступний фінансовий лізинг 5-7-9%	Порядок надання фінансової державної підтримки підприємництва за договорами фінансового лізингу, постанова КМУ від 24 січня 2020 р. № 28 зі змінами та доповненнями
Державні гарантії на портфельній основі	Постанова Кабінету Міністрів України від 14 липня 2021 року № 723 «Деякі питання надання державних гарантій на портфельній основі» № 723. Метою надання гарантій на портфельній основі є підтримка мікро-, малого та середнього бізнесу в Україні через спрощення доступу підприємствам до банківського фінансування
Кредитування аграріїв	Для забезпечення посівної кампанії в Україні 15 березня 2022 р. було внесено зміни до Держбюджету, знято обмеження на обсяг надання державних гарантій на портфельній основі, які надаються за рішенням Кабміну
Експортна підтримка	Постановою КМУ "Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану" № 314 від 18.03.2022 суттєво спрощено процедуру отримання суб'єктами господарювання права на провадження окремих видів господарської діяльності

*Джерело: [1]*

За даними Міністерства фінансів, у рамках підтримки мікро, малого та середнього бізнесу в Україні з початку використання інструменту державних гарантій на портфельній основі з грудня 2020 р. видано 8613 кредити на загальну суму 24,396 млрд грн. Станом на 01 травня 2022 р. 23 банки-кредитори обслуговують 8503 кредити на суму 24,046 млрд грн. Зобов'язання за основним боргом, що частково забезпечений державними гарантіями на портфельній основі, становили 15,178 млрд грн. Це близько 50% від загального ліміту наданих гарантій (30,224 млрд грн). Також визначено, що за час дії воєнного стану в межах Державної програми «Доступні кредити 5-7-9%» видано 7 654 пільгових кредитів на 28,29 млрд грн. Уряд схвалив зміни до Митного кодексу України для міжнародного застосування NCTS та пришвидшення митного оформлення товарів тощо.

За даними НБУ, у I кварталі збиток банківського сектору становив 160 млн грн, через формування резервів під очікувані збитки від наслідків війни. З початком повномасштабної війни банки запровадили кредитні канікули та знизили комісії за користування своїми



послугами. Це негативно відбилось на процентних та комісійних доходах фінустанов, але сприяло веденню бізнесу в умовах воєнного стану та підтримці споживчих можливостей населення.

Важливою складовою державної системи підтримуючих фінансових заходів є інструментарій податкового регулювання, зокрема послаблення податкового тиску, надання податкових стимулів для розвитку ключових галузей економіки та пріоритетних видів діяльності, спрощення податкового адміністрування тощо.

У Законі України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15.03.2022 № 2120-IX передбачено розширення сфери застосування спеціального режиму оподаткування – єдиного податку третьої групи та зниження його ставки: із 5 до 2%. Метою такої норми було запровадження з 1 квітня 2% податку з обороту – замість сплати ПДВ, податку на прибуток та земельного податку – у добровільному режимі. Про доцільність такого кроку для аграрного сектору здійснено відповідне дослідження [2]. Зроблено ключові застереження для виробників і переробників молочної продукції щодо переходу на сплату ЄП 2%. Специфіка справляння ПДВ визначає особливості переходу окремих учасників ланцюга постачання на альтернативні варіанти сплати податку на споживання (в т.ч. й податку з обороту) – початковий перехід можливий лише з етапу “B2C”. На етапі “B2B” перехід на сплату єдиного податку першого учасника (продавця, постачальника) є неможливим, оскільки нарахування ПДВ на останньому – перед реалізацією продукту кінцевому споживачу – етапі фактично унеможлиблює перехід на сплату податку на споживання на попередніх етапах в інших, ніж ПДВ, формах.

Таким чином, попри труднощі воєнного часу, держава підтримує бізнес фіскальними методами, що стимулюють виробництво і експорт, сприяють стабілізації фінансового забезпечення ведення бізнесу.

#### **Література:**

1. Підтримка бізнесу в умовах війни. URL : <https://business.diia.gov.ua/wartime> (дата звернення 20.05.2022).
2. Тулуш Л., Грищенко О., Стріховський Д. Оцінка ефективності запровадження 2 %-ого податку з обороту (у формі єдиного податку третьої групи). Київ : ННЦ “ІАЕ”, 2022. 17 с.
3. KSE Institute. URL : <https://kse.ua/ua/kse-department/kse-institute/> (дата звернення 20.05.2022).

---

## Section 2.

# STATUS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT: ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT, NATIONAL MODELS OF ECONOMIC SYSTEMS, INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS, CROSS-CULTURAL FEATURES OF MODERN BUSINESS PROCESSES, DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMY, DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS, MONEY, FINANCE AND CREDIT, ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT IN TERMS OF SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS

---

**Боліла С.Ю.,**

*к.с.-г.н., доцент*

**Захарченко Т.С.**

*здобувач вищої освіти бакалаврського рівня  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ЧАС ДЕОКУПАЦІЇ**

Події, що відбулися з початком військових дій, зруйнували не лише промислову інфраструктуру, житлові комплекси багатьох областей, а й забрали тисячі людських життів та скалічили мільйони людських душ. Серйозні збитки були нанесені й економіці багатьох регіонів, над відновленням якої необхідно буде працювати після закінчення військових дій.

Незважаючи на тяжкі наслідки цих подій для Херсонщини, вона все ж має перспективи для розвитку, може бути інвестиційно привабливою та цікавою для бізнесу в час деокупації. Область, що є перлиною Півдня України, є унікальною за своїми природними ресурсами не лише в національній, а й в світовій площині, бо має два моря, найбільшу в Європі пустелю, Станіславський каньйон, штучно насажені ліси, природний заповідник Асканія Нова та Чорноморський біосферний заповідник. Все це можна використовувати для реабілітації та відновлення здоров'я та психічного стану населення, що постраждало від війни.

Наявність зазначених рекреаційних ресурсів є потенціалом для розвитку санаторно-лікувальної галузі, яка може бути використана в післявоєнний час. Динаміка кількості відпочивальників на території Херсонської області за останні роки подекуди демонструвала

тенденцію до зменшення через невідповідність запропонованих послуг світовим стандартам, тому необхідно, на нашу думку, для активізації цих процесів залучити інвестиційні ресурси для створення відповідних умов для клієнтів з метою кращого задоволення їх запитів.

Підвищити рівень розвитку туризму на Херсонщині можна шляхом розширення та побудови нових, сучасних санаторіїв, таборів дитячого відпочинку, профілактичних та лікувальних комплексів на узбережжі Чорного та Азовського морів. Крім того ці заклади, якщо їх обладнати новими, сучасними та профілактичними кімнатами, зонами відпочинку стануть більш затребуваними не лише для жителів України, а й цікавими для іноземців.

Розвиток туристичного бізнесу долучить додаткові кошти в місцевий бюджет Херсонщини, що дасть змогу відбудувати пошкоджену інфраструктуру, до відновлення якої може залучитися вся світова спільнота.

На рівнинних Таврійських чорноземах, щедро залитих сонцем, аграрії вирощують зернові, технічні, овочеві, баштанні культури та фрукти. Враховуючи незначний термін зберігання цих культур, переробка продукції на невеликих підприємствах відкриє нові ринки збуту для херсонських аграріїв. А наприклад, створення додаткових млинів та олійниць на території області, дасть змогу реалізовувати продукцію власного виробництва (олію і борошно), що приведе до зменшення вартості продуктів народного споживання для населення. Акцент при продажу цієї продукції необхідно робити на її натуральності, органічності та екологічності. Крім того необхідно надати підтримку невеликим аграрним підприємствам, фермерським господарствам, в тому числі сімейного типу, які забезпечують аграрною продукцією населення регіону.

Перспективи для відновлення регіону може створити діяльність з поліпшення екологічної ситуації та соціальна відповідальність виробника.

Так, наприклад, на території області на сьогодні не функціонує жоден сміттєпереробний завод, що також можна розглядати як можливість для розвитку економіки регіону. Зокрема, вторинна переробка пластику і скла, на нашу думку, не тільки покращить екологічну ситуацію в області, але й зменшить вартість деяких товарів народного споживання.

Крім того, на узбережжі морів Херсонщини щорічно вимиваються сотні тон водоростей. В період післявоєнного будівництва ці водорості можна використовувати як ізоляційний та утеплюючий матеріал, що принесе значну користь.

Також позитивний ефект може дати переробка харчових відходів для створення гумусу, що може буде використане аграріями для вирощування екологічно-чистих фруктів та овочів, які будуть затребувані споживачем. Встановлення контейнерів для сортування сміття стане першим кроком для розвитку цієї галузі на Херсонщині.

Але слід зважати на те що, будівництво санаторно-курортних комплексів, заводів з переробки с-г продукції, сміттєпереробного заводу потребує значних інвестицій. Освоєння цих інвестицій з залученням як вітчизняного, так і іноземного капіталу збільшить кількість робочих місць, та зменшить кількість заробітчан, які вимушені в пошуках роботи покидати область. Це позитивно вплине на демографічну ситуацію в області, що є надзвичайно важливим в повоєнний час.

Реалізувати виявлені можливості для розвитку зазначених напрямків можна за кластерною моделлю, що надасть потужний поштовх бізнесу та дозволить отримати ефект синергії. Учасники в рамках технологічного ланцюга на принципах партнерства та зацікавленості в досягненні спільного корисного ефекту виявлять більше активності в досягненні необхідного результату.

Таким чином запропоновані заходи будуть сприяти відродженню регіону та його економічному розвитку, збільшать перспективи входження інвестиційного капіталу на територію Херсонщини та пожвавлення бізнесу, що покращить стан на ринку праці та рівень життя населення в цей досить непростий час.

**Література:**

1. Офіційний web-сайт Херсонської обласної адміністрації. Туристичний та рекреаційно-курортний потенціал. Текст з екрану <https://khoda.gov.ua/oda-informuye/230-departament-agropromislovogorozvitku/> (дата звернення 20.02.2022).

**Дубініна М.В.**

*д.е.н., професор  
Миколаївський національний аграрний університет,  
Миколаїв, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ІТ-КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

Згідно з призначенням ІТ-компанії здійснюють діяльність у сфері інформаційних технологій та програмування – це прибутковий та актуальний бізнес. У ст. 1 Закону про Національну програму інформатизації, інформаційна технологія визначається як цілеспрямована організована сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування [1].

Діяльність ІТ-компаній є доволі специфічною, якщо порівнювати з іншими видами послуг. Це відображено, в тому числі, в українському та міжнародному законодавстві багатьох країн Європи та світу. Відповідно, підприємства ІТ-галузі мають певні особливості щодо оподаткування, отримання доходів та пільг тощо. Не варто забувати й про те, що загальні принципи господарської діяльності таких компаній, їх фіскального навантаження, специфіки отримання прибутку тощо залежать і від форми, в якій буде здійснюватися така діяльність і яка, в свою чергу, визначить джерела та обсяги отримання прибутку та сплати податків, зборів, відрахувань і т.д. [2].

Станом на 1.01.2021 рік в Україні налічувалось близько 210 000 ІТ-ФОП. Саме спрощена система оподаткування, яка передбачає 4 групи, є найпопулярнішою серед ІТ-компаній, проте перша та четверта групи недоцільні для ІТ-галузі. Тому для ІТ-фахівців інтерес представляють друга та третя групи платників єдиного податку. Ці дві групи оподаткування відрізняються за декількома критеріями, дані щодо яких наведені в таблиці:

Критерії	2 група	3 група
Кому дозволено надавати послуги	Платникам єдиного податку (ФОП і юридичні особи)	ФОП і юридичні особи будь якої системи оподаткування
Податкова ставка	20% від мінімальної заробітної плати	3% (зі сплатою ПДВ) 5% (без сплати ПДВ)
Граничний обсяг доходу (грн / рік)	5 004 000 грн	7 002 000 грн
Кількість найманих працівників (максимальна)	10	Необмежено
Вид діяльності		Будь які види діяльності, не заборонені платникам ЄП
Звітний період	Календарний рік	Календарний квартал

*\*Джерело: [3]*

ФОП в сфері ІТ найчастіше обирають наступні групи КВЕДів:

- 62.01 “Комп’ютерне програмування”;
- 62.03 “Діяльність з керування устаткуванням”;
- 62.09 “Діяльність у сфері інформаційних технологій та комп’ютерних систем”
- 72,21 “Розробка стандартного програмного забезпечення”;

- 72.10.0 “Консультавання з питань інформатизації”
- 72.22.0 “Інші види діяльності у сфері розробки програмного забезпечення”
- 72.22 “Види діяльності у сфері розробки програмного забезпечення”;
- 72.30.0 “Оброблення даних”
- 72.40.0 “Діяльність пов’язана з базами даних”
- 58.21 “Видання комп’ютерних ігор”
- 58.29 “Видання іншого програмного забезпечення”

Дуже важливо вибрати вірний КВЕД, оскільки якщо ФОП отримуватиме дохід від видів діяльності, які в нього не зареєстровані, його позбавлять єдиного податку, що призведе до сплати штрафу в розмірі 15% від доходу отриманого за незареєстрованим КВЕДом і подальшого перебування на загальній системі оподаткування [4].

Результатами роботи ІТ-компаній є нематеріальні активи у вигляді програмного забезпечення. Щоб ведення бухгалтерії у компанії було успішним, потрібно правильно кваліфікувати послуги постачання або програмування у вигляді активу. Найчастіше українські компанії надають послуги іноземним ІТ-фірмам. Така робота не є об’єктом оподаткування в Україні.

Крім того, згідно з пунктом 26.1 підрозділу 2 розділу ХХ “Перехідні положення” Податкового кодексу України, до 1 січня 2023 року наступні операції з реалізації платником податків програмної продукції звільняються від оподаткування ПДВ:

- результат комп’ютерного програмування у вигляді операційної системи, системної, прикладної, розважальної та/або навчальної комп’ютерної програми (їх компонентів), а також у вигляді інтернет-сайтів та онлайн сервісів;
- криптографічні засоби захисту [5].

Слід звернути увагу, що супутні послуги (наприклад, установка, тестування програмного забезпечення, інформаційно-консультаційні послуги) не вважаються програмною продукцією і тому оподатковуються ПДВ на загальних підставах.

#### **Література:**

1. Про Національну програму інформатизації : Закон України від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР.
2. Бухгалтерія для ІТ компаній. URL : <https://zkg.ua/buhhalteriya-dlya-it-kompanij/> (Дата звернення: 16.05.2022).
3. Особливості бухгалтерського обліку та оподаткування ІТ-компанії в Україні. URL :
4. <https://bumazhkin.ua/ru/osobennosti-buhgalterskogo-ucheta-i-nalogooblozheniya-it-kompanii/> (Дата звернення: 16.05.2022).
5. Наталя Юдіна Особенности ведения учета и оптимизации ИТ компании URL : <https://www.bip.net.ua/ru/articles/osoblyvosti-vedennya-obliku-ta-optymizacziyi-it-kompaniyi/> (Дата звернення: 16.05.2022).
6. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI.

**Канцедал Н.А.**

*к.е.н., доцент*

*Полтавський державний аграрний університет*

*Полтава, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ОЦІНКИ: ПОНЯТІЙНА БАЗА**

Оцінка є ключовим поняттям бухгалтерського обліку, оскільки упродовж всієї історії його як науки вчені прагнули знайти методологічні рішення для визначення справжньої цінності об’єктів обліку. Поняття «оцінка» тісно пов’язане з поняттями «інформація», «оціночна діяльність», «управління».

Питання оцінки беруть початок від системи облікових реєстрів давньоримської бухгалтерії і на ранніх етапах вони вирішувались стихійно – переважно за бажанням

зацікавлених осіб. Ґрунтовні дослідження даного питання свідчать про те, що в історії бухгалтерського обліку «немає іншого такого ж складного питання, як проблема оцінки» [1, с. 10].

Класики бухгалтерської наукової думки розглядали оцінку переважно як грошовий вимірник майна. Проте, реформування системи бухгалтерського обліку, початок якого в Україні припадає на кінець 1990-х років, стало індикатором для пошуку нових підходів до визначення сутності бухгалтерської оцінки. В наукових дослідженнях Н. Малюги з питань оцінки, проведених у 1998-1999 рр. наголошується про необхідність вирішення організаційно-методологічних проблем оціночної діяльності, викликаних «новими умовами, в яких діють підприємства України», а також окремих питань «з оцінки і відображення в обліку таких об'єктів основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних запасів, грошових коштів і коштів в розрахунках» [1, с. 4-5].

Трансформація економічного середовища у період 2000-2022 рр. стала причиною багатоваріантності інформаційних характеристик об'єктів бухгалтерського обліку, що актуалізує потребу пошуку оптимальних методик, які б забезпечили найбільш повне розкриття інформації про їх реальну цінність.

Логічний шлях до пізнання економічної сутності бухгалтерської оцінки можна представити наступною послідовністю: 1. Об'єкти обліку складають субстанціональну основу вартості. 2. Категорія «вартість» становить методологічну базу бухгалтерської оцінки. 3. Методологічну основу обліку як суспільної економічної науки становлять процедури виміру, тобто використання міри. 4. Використання міри на засадах наукової обґрунтованості, права, моралі і свобод сприятиме узгодженості функцій обліку з іншими функціями управління, орієнтованими на забезпечення і збереження національних інтересів України [2, с. 20].

До основних понять, що дають розуміння економічної сутності оцінки, відносяться: «процес оцінки», «технологія оцінки», «мета оцінки», «об'єкт оцінки», «суб'єкт оцінки», «дата оцінки».

Оцінка – це спосіб вираження об'єктів обліку у грошовому вимірнику.

Процес оцінки передбачає застосування спеціальної процедури, що дозволяє оцінити вартість відповідних об'єктів обліку. Така процедура називається технологією оцінки.

Технологія оцінки – це процес, що включає наступні етапи: 1) визначення об'єкта оцінки; 2) визначення мети оцінки; 3) визначення можливих способів оцінки; 4) визначення (розробка) найбільш ефективного методу оцінки; 5) збір та аналіз необхідної інформації для оцінки; 6) зіставлення вартостей, отриманих різними способами та встановлення найбільш достовірної оцінки; 7) формулювання остаточного висновку та фіксація вартості об'єкта в системі обліку.

Мета бухгалтерської оцінки – це основне завдання, яке необхідно вирішити в результаті оцінки, що передбачає: 1) встановити повне найменування об'єкта оцінки; 2) визначити, до якої економічно однорідної групи належить об'єкт оцінки для вибору адекватної методики оцінювання; 3) здійснити ідентифікацію об'єкта оцінки в системі рахунків бухгалтерського обліку для подальшої реєстрації в обліковій системі.

Об'єктом оцінки є конкретний об'єкт обліку. Суб'єктом оцінки може бути фізична або юридична особа, яка застосовує процедуру оцінки згідно наданих їй повноважень у відповідності з чинним законодавством.

Дата оцінки – це документально зафіксований момент часу, на який здійснена оцінка.

В Законі України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» поняття оцінки згадується при висвітленні принципів бухгалтерського обліку (ст. 4) та питань інвентаризації (ст. 10), однією з завдань якої є підтвердження наявності, стану та оцінки активів і зобов'язань.

Отже, оцінка як метод вартісного вимірювання охоплює всі об'єкти бухгалтерського обліку. Вона є історично обумовленим невід'ємним елементом методу бухгалтерського обліку.

Періодична потреба теоретичного переосмислення економічної сутності й методологічних прийомів бухгалтерської оцінки обумовлена існуючими й наростаючими потенційними суспільними загрозами національного і глобального рівня, такими як обмеженість і вичерпність ресурсів, епідемії, війна, голод, що безпосередньо впливають на реальну вартість об'єктів бухгалтерського спостереження.

#### **Література:**

1. Малюга Н. М. Оцінка в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи (на прикладі підприємств Житомирської області) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Малюга Наталія Михайлівна ; Ін-т аграрної економ. Укр. акад аграрних наук. К., 1999. 23 с.
2. Канцедал Н. А. Наукова інтерпретація методології обліку у працях корифеїв бухгалтерської думки. Облік і фінанси. 2018. № 2(80). С. 16.-23. URL: <http://www.afj.org.ua/ua/article/566/>
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

**Ксьонжик І.В.**

*д.е.н., професор*

*Миколаївський національний аграрний університет,  
Миколаїв, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ВІДНОВЛЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ПЛАТНИКАМИ ПОДАТКІВ ПРИ ВТРАТІ ПЕРВИННОЇ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ В УМОВА ВОЄНОГО СТАНУ**

У період воєнного стану одним із найактуальніших питань, яке турбує власників підприємств, ФОПів та бухгалтерів, є втрата первинної документації. В умовах війни, реальність непередбачувана і велика кількість підприємств, незалежно від їх розміру та організаційно правової форми чи ФОП втратили (повністю або частково) свої майно й документи. Для суб'єктів господарювання, офіси яких опинились в зоні бойових дій, це створює додаткові проблеми, вирішення яких зараз ускладнює діяльність. Крім того, це додаткове, не тільки фінансове, навантаження на бізнес, а й на кожного керівника, підприємця, бухгалтера. Ситуація ускладнюється ще й тим, що за вимогами законодавства на відновлення втрачених, знищених документів бізнес має 90 днів [1]. Тому Законом України № 2173-ІХ «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у період воєнного, надзвичайного стану» (законопроект № 7234) внесені зміни до податкового законодавства, що встановлюють спеціальні правила підтвердження даних податкової звітності для платників податків, які провадили свою діяльність на територіях, де ведуться/велися бойові дії, і на тимчасово окупованих територіях, та не можуть пред'явити первинні документи [2].

Такі правила діють з 16 квітня 2022 року та застосовуються як виняток із положень ст. 44 Податкового кодексу України («ПКУ»), що встановлює загальні вимоги до підтвердження даних, визначених у податковій звітності та документального підтвердження виконання вимог податкового та іншого законодавства. Слід зазначити, що перелік територій, на яких ведуться/велися бойові дії, та тимчасово окупованих територій, визначається Кабінетом Міністрів України.

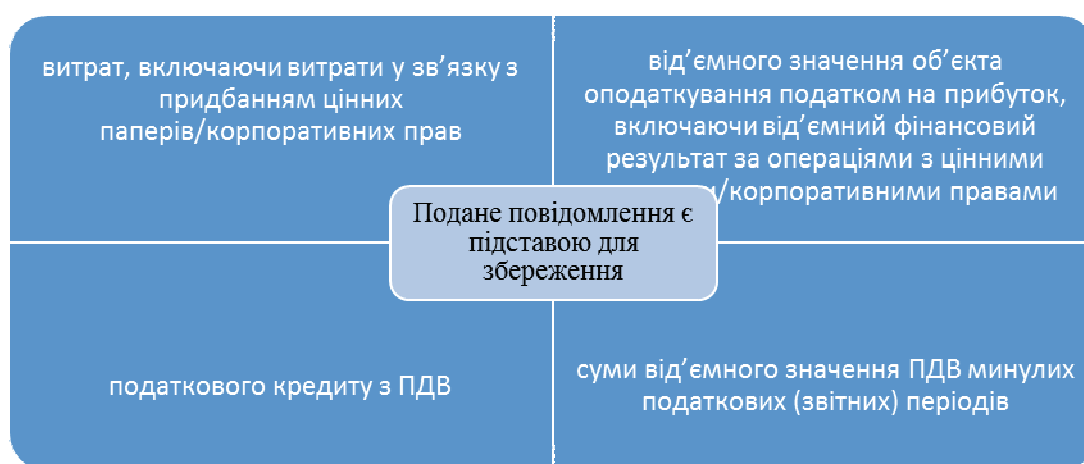
Згідно цього закону, підставами неможливості пред'явлення первинних документів є:

- втрата первинних документів або знаходження їх на територіях, на яких ведуться бойові дії, та на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації,

- знаходження на територіях, з яких їх неможливо вивезти або їх вивезення пов'язане з ризиком для життя чи здоров'я платника податків, фізичних осіб;
- наявність адміністративних перешкод, встановлених органами влади, що унеможливило вивіз первинних документів.

При втраті або неможливості вивезення первинних документів платник податків/податковий агент подає до контролюючого органу в довільній формі повідомлення про неможливість вивезення первинних документів, підписане керівником підприємства та головним бухгалтером, в якому зазначаються: обставини, що призвели до втрати та/або неможливості вивезення первинних документів, податкові (звітні) періоди, а також загальний перелік первинних документів (за можливості – із зазначенням реквізитів).

Дані та показники податкової звітності платника податків/податкового агента за податкові (звітні) періоди, зазначені у повідомленні, не можуть бути піддані сумніву лише на підставі відсутності первинних документів. Подане повідомлення є підставою для збереження певних переваг (рис. 1).



**Рисунок 1. Переваги подання повідомлення про втрату первинних документів**

*\*Джерело: розроблено з використанням [3]*

Після подання до контролюючого органу повідомлення про неможливість вивезення первинних документів у зв'язку з їх знаходженням на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, та на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації, запроваджується мораторій на проведення документальних перевірок щодо зазначених у повідомленні податкових періодів. Якщо після подання повідомлення про неможливість вивезення первинних документів платнику податків стане відомо про втрату таких документів, такий платник податків зобов'язаний подати до контролюючого органу повідомлення про втрату первинних документів із зазначенням обставин такої втрати.

#### Література:

1. Втрачені первинні документи під час війни: що необхідно знати? URL: <https://medoc.ua/news/vtrachen-pervinn-dokumentiv-pd-chas-vijni-shho-neobhdno-znati> (Дата звернення: 28.05.2022).
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у період воєнного, надзвичайного стану : Закон України № 2173-IX від 01.04.2022 року.
3. Втрата або неможливість вивезення первинних документів під час війни: особливості підтвердження даних податкової звітності. URL: <https://golaw.ua/ua/insights/publication/vtrata-abo-nemozhlistivivezennya-pervinnih-dokumentiv-pid-chas-vijni-osoblivosti-pidtvrdzhennya-danih-podatkovoyi-zvitnosti/> (Дата звернення: 28.05.2022).



Мацьків Г.В.

*к.в.н., доцент*

*Львівський національний університет природокористування,*

*Львів, Україна*

## **ОЦІНКА ЗБИТКІВ, ЗАВДАНИХ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ РОСІЇ**

Оцінка знищення та пошкодження майна суб'єктів господарювання усіх форм власності – це один із напрямків, за яким визначаються розмір завданої шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації. Сьогодні шкода, завдана майну українських підприємств, носить масовий характер. Приблизна вартість втрат для України станом на 1 червня 2022 року вже становила приблизно 606 мільярдів доларів США. Після прийняття 20 березня 2022 року Кабінетом Міністрів України постанови № 326 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації» (далі – Постанова № 326), кожен суб'єкт господарювання, майну якого була завдана шкода, може розраховувати на відшкодування збитків [1].

Постанова № 326 містить основні показники оцінки завданих збитків підприємств (всіх форм власності). До таких показників відносяться:

1. Вартість втраченого, знищеного чи пошкодженого майна державних підприємств.
2. Вартість втраченого, знищеного чи пошкодженого майна підприємств недержавної форми власності.
3. Упущена вигода державних підприємств.
4. Упущена вигода підприємств недержавної форми власності.
5. Втрати державних підприємств від неоплачених товарів, робіт та послуг, наданих та спожитих на тимчасово окупованих територіях.
6. Втрати підприємств недержавної форми власності від неоплачених товарів робіт та послуг, наданих та спожитих на тимчасово окупованих територіях.

Визначення шкоди та збитків підприємств здійснюється відповідно до методики, затвердженої спільним наказом Міністерства економіки України та Фонду державного майна України, за погодженням з Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України (станом на 20 червня 2022 року ще не розроблена) [2]. Поки така методика не затверджена, необхідно керуватися загальним механізмом підтвердження збитків:

- зібрати копії всіх документів, що підтверджують право власності на майно (договори купівлі-продажу, витяги з реєстрів, свідоцтва про реєстрацію транспортних засобів тощо). Якщо документи не збереглися, то потрібно зайнятися їх відновленням одразу після скасування воєнного стану;

- провести інвентаризацію відповідно до вимог наказу Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879 та документально підтвердити наявність майна, його стан, відповідність критеріям тощо [3];

- провести експертну оцінку збитків, завданих майну підприємства;
- прописати упущену вигоду. Пізніше, упущена вигода буде офіційно розрахована за методикою, зазначеною вище;

- зібрати максимально точну інформацію про дату та обставини пошкодження майна. Це можна дізнатися з новин, в яких прописують приблизний час та вид обстрілу. Також, можна спробувати зв'язатися з особами, які залишилися у вашому регіоні і можуть знати більш точну інформацію;

- зафіксувати пошкоджене майно на фото- та/або відеозйомку. У майбутньому це надасть можливість експертам встановити причини пошкодження.

Якщо у регіоні, де розташоване майно, ведуться активні бойові дії, то, звичайно, вчинити всі описані дії можна після закінчення військової агресії [4].

Докази та заяви про пошкоджене або зруйноване майно можна подавати суб'єктам господарювання через ті ж канали, що й фізичним особам:

- ресурс Офісу Генерального прокурора, де можна задокументувати воєнні злочини РФ на території України, зокрема, в частині привласнення та руйнування майна, транспорту, привласнення чи знищення пального;

- правоохоронні органи: подати заяву про кримінальне правопорушення, щоб отримати витяг з Єдиного реєстру досудових розслідувань;

- мобільний застосунок Порталу Дія: скористатися послугою «Пошкоджене майно» може кожен, чия нерухомість пошкоджено чи знищено через воєнні дії Російської Федерації, у том числі фізична особа-підприємець чи юридична особа;

- ЦНАП/нотаріус: приймають заяви про пошкоджене майно офлайн.

Після набрання чинності Законом України про врегулювання відносин щодо компенсації за пошкодження та знищення об'єктів нерухомого майна внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених військовою агресією Російської Федерації, зазначене інформаційне повідомлення прирівнюватиметься до заяви про надання компенсації за пошкоджені та знищені об'єкти нерухомого майна.

#### **Література:**

1. Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації : постанова Кабінету Міністрів України № 326 від 20 березня 2022 року.
2. Цуцман Н., Попович В. Окупанти нанесли збитки підприємству. Що робити? URL: <https://www.legalaid.gov.ua/publikatsiyi/okupanty-nanesly-zbytky-pidpryemstvu-shho-robyty/> (Дата звернення: 20.05.2022).
3. Про затвердження Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань : наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879.
4. Плискань І. Пошкодження майна підприємства внаслідок воєнних дій: чи варто розраховувати на відшкодування та як підтвердити втрати? URL: [https://biz.ligazakon.net/analytys/210240\\_poshkodzhennya-mayna-pdprimstva-vnasldok-vonnikh-dy-chi-varto-rozrakhovuvati-na-vdshkoduvannya-ta-yak-pdtverditi-vtrati](https://biz.ligazakon.net/analytys/210240_poshkodzhennya-mayna-pdprimstva-vnasldok-vonnikh-dy-chi-varto-rozrakhovuvati-na-vdshkoduvannya-ta-yak-pdtverditi-vtrati) (Дата звернення: 20.05.2022).

**Середа Н.М.**

*к.е.н., доцент,*

*доцент кафедри менеджменту та економіки*

*Льотна академія Національного авіаційного університету*

*Кропивницький, Україна*

## **МІЖНАРОДНІ МАРКЕТИНГОВІ СКЛАДОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ЦІЛЬОВОМУ РИНКУ**

Розвиток міжнародних економічних відносин та формування консолідованого конкурентного світового ринку товарів і послуг викликає інтерес та необхідність до дослідження міжнародної підприємницької атмосфери ведення бізнесу.

Під впливом процесів глобалізації перед підприємством виникає проблема вибору найбільш ефективної стратегії конкурентоспроможності для подолання прориву на конкурентний ринок та забезпечення стійких позицій на ньому.

Підприємство, оцінюючи можливість реалізації його економічного інтересу на зовнішніх ринках, здійснює пошук інформації для дослідження складових підприємства на цільовому ринку: проводить сегментацію, розробляє позицію та визначає його привабливість.

Фірма, що спрямовує свою діяльність на зарубіжний ринок та обрала конкретний сегмент, врешті-решт приймає рішення про проникнення на нього й здобуття конкурентних переваг. Щоб бути успішним упродовж тривалого часу, щоб виживати й досягати власних цілей, господарська діяльність підприємства повинна бути результативною і продуктивною.

Сегментування ринку в сучасній парадигмі маркетингу - головна передумова успішної діяльності фірми у конкурентному середовищі. Це зумовлено тим, що маркетингова діяльність класично повинна ґрунтуватись на визначенні потреб конкретних груп споживачів. Сегментація ринку дає змогу вивчити наявні та визначити потенційні потреби споживачів, поділити їх на певні групи та обрати для роботи цільові групи зарубіжних клієнтів, адаптувати маркетингову діяльність до виявлених вимог споживачів.

Для проведення зарубіжної сегментації ринку необхідно застосовувати апробовані практичною діяльністю принципи: різниця між сегментами, схожість між споживачами, значний розмір сегмента, вимірюваність характеристик споживачів, досяжність споживачів[1].

Підходи до сегментування ринку визначають, які критерії і змінні сегментування обумовлюють відмінності у попиті споживачів і є достатніми для того, щоб мати можливість адекватно і у найбільш повній мірі визначити цільові ринки.

Моделі сегментування описують взаємозв'язок поведінки споживача з критеріями сегментування і комплексом маркетингу підприємства, описують послідовність аналізу споживачів відносно базису сегментування ринку. Вони пов'язують базис сегментування зі змінними сегментування, дозволяють верифікувати цей процес.

Порядок механізму конкурентного позиціонування підприємства охоплює такі процеси:

- вияв чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, та оцінка їх значущості;
- оцінка впливу обраних для дослідження чинників на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення цього рівня;
- визначення методів підвищення конкурентоспроможності підприємства на зарубіжному ринку;
- розробка комплексу заходів та вибір критеріїв ефективності по підвищенню конкурентоспроможності підприємства;
- визначення ефективності розроблених заходів та прийняття відповідних управлінських рішень [2].

Позиціонування включає комплекс маркетингових елементів, за допомогою яких споживачів необхідно переконати, що мова йде про товар, створеному спеціально для них. При цьому можливі різноманітні підходи і методи, а саме: позиціонування на базі певних переваг товару, на підставі задоволення специфічних потреб або спеціального використання, позиціонування через певну категорію споживачів, що вже купили товар, або шляхом порівнянь з товарами-конкурентами, позиціонування за допомогою стійких уявлень.

Підприємствам, що орієнтовані на міжнародні ринки, слід враховувати вплив динамічної світової економіки та проводити ретельний аналіз середовища міжнародного підприємництва з метою вибору привабливих для ведення міжнародної підприємницької діяльності ринків[3].

Таким чином, проникаючи на міжнародний ринок, підприємство шукає можливість узгодження економічних інтересів зі всіма суб'єктами ринку – споживачами, конкурентами, постачальниками, посередниками, державними органами. Можливість реалізації економічного інтересу підприємства змінюється у часі, що пояснюється динамічністю ринкового середовища.

Сегментація ринку та позиціонування на сьогоднішній день є не просто опцією, а необхідністю для будь-якого підприємства, яке прагне ефективно діяти та розвиватися в умовах посилення конкуренції та зростання запитів та вимог потенційних та наявних споживачів.

#### **Література:**

1. Барановська М.І. Міжнародний маркетинг: Навчально - методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2011. 156 с.

2. Овечкіна О.А., Солоха Д.В., Іванова К.В. Планування маркетингу. К.: Центр учбової літератури, 2013. 352 с.
3. Пригаро О. Методика аналізу привабливості міжнародних товарних ринків в умовах глобалізації світогосподарських процесів. *Міжнародна економічна політика*. 2006. №1(4). С. 54-80

**Сисоєнко І.А.,**

*к.е.н., доцент*

*Херсонський національний технічний університет  
Херсон, Україна*

**Продан В.М.**

*здобувач вищої освіти*

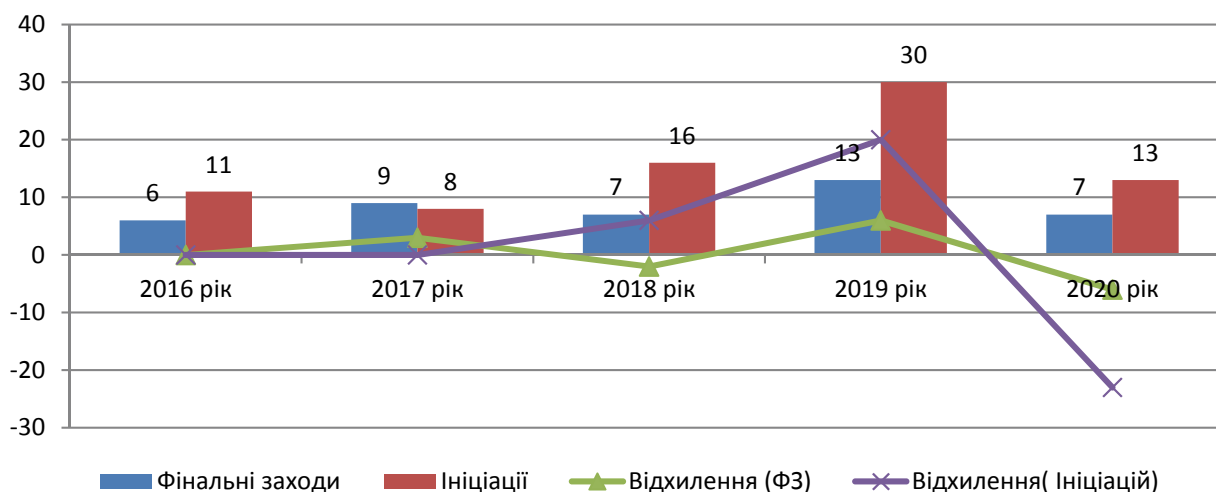
*Херсонський національний технічний університет  
Херсон, Україна*

## РЕГУЛЮВАННЯ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ НОРМ І ПРАВИЛ СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Одним з типів засобів захисту торгівлі є захисні заходи, що підлягають міжнародно-правовому регулюванню в рамках системи Світової організації торгівлі і регулюються спеціалізованою Угодою «Про захисні заходи» [3] 1994 року, а також статтею XIX ГАТТ «Надзвичайні дії щодо імпорту окремих товарів» 1994 року [1].

Відповідно до угоди про захисні заходи члени Світової організації торгівлі можуть вживати захисних заходів (вводити тимчасові додаткові мита, кількісні обмеження чи інші заходи щодо продукту), щоб захистити конкретну вітчизняну галузь від збільшення імпорту продукту, що спричиняє або загрожує серйозної шкоди галузі. За цих обставин члени Світової організації торгівлі мають право застосовувати захисні заходи щодо імпорту продукту з усіх джерел (але не від певного члена чи групи членів). Угода про гарантії містить правила щодо розслідування, яке має проводитися, а також застосування захисних заходів [3].

Проаналізуємо кількість розслідувань щодо порушення захисних заходів членами Світової організації торгівлі (рис. 1).



**Рис. 1.** кількість розслідувань щодо порушення захисних заходів членами Світової організації торгівлі, шт. [2]

За першу половину 2020 року було проведено 13 захисних розслідувань і розпочато 7 запобіжних заходів за ініціативою членів Світової організації торгівлі. Кількість розслідувань зросла до 30 за рік 2019 року, введено 13 нових захисних заходів.

Члени, які ініціювали двох або більше Розслідування протягом шести місяців були: Філіппіни (чотири), Україна (три), ПАР (два) і Туреччина (два). Індонезія ввела чотири Заключні заходи протягом січня-червня і Мадагаскар, Марокко та Південна Африка наклали по одному.

Частка розслідувань, розпочатих у металургійному секторі (переважна більшість з яких стосувалася сталевих продукції), продовжувала знижуватися, впавши з 44% у липні 2017 – червні 2018 року до 25% у липні 2019 – червні 2020 року.

#### **Література:**

1. Генеральна угода про тарифи й торгівлю 1994 року: Угода від 15.04.1994 р. Дата оновлення від 15.04.1994. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981\\_003#n8](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_003#n8). (дата звернення: 30.05.2022).
2. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <https://www.wto.org/>. (дата звернення: 19.05.2022).
3. Угода про захисні заходи: Угода від 15.01.1994 р. Дата оновлення від 15.04.1994. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981\\_016#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_016#Text). (дата звернення: 30.05.2022).

**Тельнов А.С.,**

*д.е.н., професор*

**Решміділова С.Л.**

*к.е.н., доцент*

*Хмельницький національний університет, Хмельницький, Україна*

## **СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ HR-МАРКЕТИНГУ**

Зміни, які відбуваються в ринку праці, поява нових технологій викликають відповідні зміни у стратегіях управління персоналом. HR-маркетинг може допомогти бізнесу адаптуватися до нових ринкових умов. Правильне впровадження маркетингових стратегій в HR допоможе створити успішний бренд роботодавця, щоб залучати в компанію кращих фахівців та утримувати ключових співробітників.

За останній період ринок праці України супроводжується деякими негативними наслідками, пов'язаними із зниженням ефективності праці, погіршенням умов праці, збільшенням питомої ваги неформальної чи нестандартної зайнятості тощо. Особливо вагомими є наявність структурного безробіття (професійно-кваліфікаційного дисбалансу попиту та пропозиції), зростання навантаження на регіональні ринки праці, збільшення рівня безробіття та соціальної напруги в країні.

Управління персоналом і маркетинг – це необхідна умова для того, щоб на підприємстві працювали кращі люди. Фахівці «по людях» – ейчари не зможуть правильно працювати на ринку праці без використання досягнень маркетингу. Сьогодні у розпорядженні HR-маркетологів є методики і практики, напрацьовані маркетингу, адже рекрутери - це «менеджери з продажу», що працюють в певному сегменті ринку праці зі специфічним «продуктом» (HR-брендом).

HR-маркетолог формує та розвиває HR-бренд. Стратегічною метою маркетингу в HR є створення для підприємства гарної репутації, а також формування лояльності співробітників. Завдання HR-маркетолога сфокусовані на підвищенні впізнаваності бренду, поширенні інформації про підприємство, залученні нових талантів, розробці рекламних кампаній, створенні HR-бренду для кандидатів. Щоб фахівець та роботодавець отримали користь від

спільної співпраці, HR-маркетолог розробляє стратегію іміджу компанії, вивчає потреби кандидатів та намагається їх забезпечити.

У зв'язку із цим фахівці HR стикаються з величезною кількістю питань, на які не завжди можуть знайти відповіді. Основним завданням HR-маркетингу є залучення до організації кваліфікованих працівників, правильна оцінка їхніх компетенцій та потенціалу, вміння аналізувати та прогнозувати розвиток конкретного працівника, підбір найкращого варіанту для професійного розвитку, відповідне навчання та розвиток, підтримка загального комфортного клімату у компанії.

HR маркетинг – це частина кадрової стратегії підприємства, метою якої є оптимальне використання кадрових ресурсів шляхом створення таких умов, які б сприяли підвищенню ефективності праці, розвитку в кожному співробітнику партнерського і лояльного ставлення до підприємства. Робоче місце є об'єктом HR маркетингу і являє собою продукт, який продається на ринку праці. Суб'єктами HR маркетингу є наймані працівники, організації, які надають посередницькі послуги на ринку праці, організації, що здійснюють навчання, консультування працівників. Жоден суб'єкт з багатьох причин (недостатність фінансових коштів, інформації тощо) не бере на себе виконання всіх маркетингових функцій. Тому для успішної маркетингової діяльності необхідна координація і взаємодія.

HR маркетинг доцільно розглядати як систему, основними елементами якої є зовнішнє середовище (ринок праці, рекрутинг, державна політика у сфері освіти й зайнятості) і внутрішнє середовище (адаптація, навчання, розвиток та оцінка персоналу, організація системи мотивації й оплати праці, делегування повноважень, комунікаційні та інформаційні потоки). Такий системний підхід дозволяє, по-перше, вибудувати перспективні взаємовідносини підприємства з джерелами покриття потреби в персоналі, в тому числі при його вивільненні, та підтримувати комунікаційні зв'язки з навколишнім середовищем; по-друге, адаптувати залучений персонал, використовуючи коучинг і технології HR-брендингу, що стимулюватиме працівників до праці, посилить сприйняття цінностей підприємства та корпоративної культури; по-третє, здійснювати управління персоналом на безконфліктній основі. Це дозволить підприємству, в поєднанні з використанням технологій, техніки, капіталу та інших ресурсів, збільшити прибутки через підвищення продуктивності праці й конкурентоспроможності продукції або послуг.

Серед фахівців з HR-маркетингу виділяються: фахівці з корпоративних комунікацій, PR-фахівці, фахівці web-маркетингу і брендингу. Цей фахівець займається формуванням іміджу компанії, просуванням бренду роботодавця і залученням нових кандидатів. Бренд роботодавця дає співробітникам і здобувачам зрозуміти, яке EVP (Employee Value Proposition - ціннісне пропозицію співробітнику) пропонує компанія, а маркетингові підходи доносять цю інформацію [1].

HR-маркетолог працює в двох напрямках: з поточними співробітниками і з потенційними. До основних функцій HR-маркетолога входять: створення Tone of voice компанії, розробка стратегії утримання поточних співробітників і залучення нових, формування стратегії просування бренду роботодавця, аналіз ринку праці і компаній-конкурентів, створення ціннісної пропозиції співробітника (EVP).

Визнаний експерт у сфері HR-маркетингу, Джордж Кінтчер, зазначає: Побудова сильного HR-бренду – одне з найважливіших завдань HR-маркетингу. Сильний HR-бренд привертає увагу до організації, робить її привабливою в очах найманих працівників, і у людей виникає бажання працювати в цій компанії [2].

#### **Література:**

1. Руденко Х. Не будуйте HR-бренд на помилкових обіцянках, інакше фанати стануть Хейтер. [Електронний ресурс] / Ханна Руденко. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://l-a-b-a.com/blog/752-zachem-kompanii-hrmarketolog>.
2. Швець Г.О. Сучасні тенденції розвитку hr-менеджменту на вітчизняних підприємствах. – 2019. – С. 174. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=153303.01.2022>

**Чубань В.С.**

*к.в.н., доцент*

*Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля НУЦЗУ*

*Черкаси, Україна*

## **ДО ПИТАННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ГРОМАДЯНАМИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ**

Кабінет міністрів 30 травня 2022 року вніс до Верховної Ради проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування» №741.

В законопроекті №7418 пропонується прибирати пільги на ввезення автомобілів в Україну. За результатами митного оформлення громадянами транспортних засобів пільги зі сплати митних платежів за час дії Закону № 2142 під час воєнного стану становили понад 13 млрд. грн., сума пільг при митному оформленні телефонів сягала понад 270 млн. грн., пільги при митному оформленні одягу та взуття – понад 850 млн. гривень. При цьому без сплати митних платежів оформлюють автомобілі преміум класу митною вартістю понад 1 млн. гривень [1].

Отже, в уряді вважають, що в умовах воєнного стану, коли всі доходи мають бути консолідовані для боротьби з агресором, запровадження пільг на імпорту товарів, що не є товарами першої необхідності і водночас є бюджето- формуючими, має бути переоцінено та переглянуто.

Законопроектом пропонується відновити оподаткування, яке було скасовано Законом № 2142: для транспортних засобів, що ввозяться громадянами (в результаті дії звільнення від оподаткування ввізним митом, акцизним податком та ПДВ до бюджету не надійшло близько 13 млрд. грн.; ввезено більше 119 тисяч автомобілів; непоодинокі випадки ввезення авто преміум класу) [1].

Разом з тим, пропонується внести зміни до Закону України «Про збір на обов'язкове державне пенсійне страхування» для звільнення від сплати збору на обов'язкове державне страхування тих, хто набуває власності на легкові автомобілі, оснащенні виключно електричними двигунами (одним чи декількома) [1].

Тобто, основною метою прийняття проекту Закону України «**Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування**» є забезпечення у період дії воєнного стану умов для належного забезпечення функціонування економіки, а також належного наповнення дохідної частини бюджету за рахунок надходження митних платежів.

Не погоджуємося з пропозицією Уряду, вважаємо недоцільним відміну справляння імпортного мита та ПДВ на операції з імпорту автомобілів легкових, кузовів до них, причепів та напівпричепів, мотоциклів, транспортних засобів, призначених для перевезення 10 осіб і більше, транспортних засобів для перевезення вантажів. Пропонуємо відновити оподаткування для транспортних засобів лише преміям класу.

### **Література:**

1. Проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування» №741. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/39708> (дата звернення 30.05.2022)

---

**Section 3.**  
**MANAGEMENT PRACTICES: CHANGE AND INNOVATION  
MANAGEMENT, CREATIVE MANAGEMENT, FORMATION  
OF INTELLECTUAL CAPITAL, ECONOMICS OF NATURE  
MANAGEMENT AND ENVIRONMENTAL PROTECTION, ASPECTS  
OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ORGANIC PRODUCTION  
IN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY**

---

**Галат Л.М.,**

*к.в.н., доц.*

**Лі В.Е.**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
м. Херсон, Україна*

**ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОЧОГО ПРОЦЕСУ  
ЗА ДОПОМОГОЮ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ**

В наш час темп, у якому живе більшість людей, навряд чи можна вважати розміреним і спокійним. Нестача часу на роздуми, виконання робіт, прийняття рішень є випробуванням, з яким впоратися під силу не кожному. Постійне перебування у напруженому стані та не розуміння того, з чого починати, навряд чи можна назвати відповідним, коли мова йде про особисту ефективність. Емоційна напруга блокує продуктивність, що призводить до швидкої стомлюваності та апатії. Тому, щоб не стати жертвою стресу чи синдрому хронічної втоми, кожному менеджеру та й кожній людині необхідно самостійно управляти часом. Цю сферу людської активності називають тайм-менеджментом.

Здатність керувати своїм часом багато в чому визначає ваше майбутнє як керівника. Саме від неї значною мірою залежить, що на вас чекає – успіх чи поразка. Все, що ми робимо, потребує часу. Чим краще ми будемо використовувати його, тим більше досягнемо та кращими виявляться результати.

У нашому дослідженні здійснено аналіз деяких існуючих методик управління часом та того, як методи тайм-менеджменту сприяють підвищенню ефективності робочого процесу.

Серед вітчизняних науковців впровадженню методик тайм-менеджменту на підприємствах свої роботи присвятили: Г. Архангельський, Г. Євтушенко, Г. Писаревська, Б. Трейсі, М. Кук, Д.О. Тайлер. У їхньому творчому доробку досліджувалися такі теми, як: способи ефективного планування часу особистого, командного і корпоративного рівнів (Г. Архангельський), управління своїм часом для подвоєння результату (Б. Трейсі), раціональне спланування свого робочого і вільного часу (М. Кук), управління часом (Д.О. Тайлер).

Успішним керівникам організацій завжди необхідно підвищувати свою ефективність та продуктивність своїх підлеглих. Ефективність організації залежить від великої кількості



факторів. Одним з найважливіших є вміння правильно використовувати час, адже це той ресурс, який є невідворотнім та недоцільне використання якого може завдавати збитків для підприємства. Сутність тайм-менеджменту полягає в тому, щоб ефективно узгоджувати особисті та професійні завдання, що основну увагу треба приділяти тому, куди саме повинен інвестуватися час, а не тому, як швидше робити справи. Як зазначав Л. Зайверт, тайм-менеджмент – це управління собою, адже час як незмінна величина постійно, невблаганно, нестримно спливає [1].

Прискорення економічно-соціальних процесів сприяє тому, що у людей з'являється вибір з великої кількості життєвих стратегій. Життя окремого індивіда так пришвидчується, що людина стає змушена думати хоча б про побудову двох кар'єрних стратегій, що пов'язані зі зростаючою різницею між збільшеною тривалістю періоду активного життя та зменшеним середнім періодом життєвого циклу сучасних підприємств, що характерно не тільки для розвинених країн Заходу. Таким чином, одним з перспективних напрямів менеджменту є тайм-менеджмент, який являє собою послідовне та цілеспрямоване використання працівником науково обґрунтованих методів й практичних прийомів роботи у повсякденній діяльності для досягнення бажаних цілей, підвищення ефективності виконуваних операцій та процедур.

Дослідник П. Друкер в одній зі своїх робіт зазначає, що у новий час одною з найбільш важливих задач наукового менеджменту є проблема управління на рівні окремого індивіда, тобто тайм-менеджмент [4].

Найбільш розповсюдженим методом управління часом в менеджменті є метод «АБВГД» рекомендується застосовувати щодня, він є ефективним способом розставлення пріоритетів у праці. Особливість методу «АБВГД» полягає у тому, що встановлюється система ранжирування завдань, які потім систематично опрацьовуються. Завдання «А» є обов'язковим для виконання. Воно є тим, що має на даному етапі найважливіше значення, ви зобов'язані робити це, в іншому випадку є ризик того, що ви зіткнетесь з серйозними наслідками. Завдання «Б» – робота яку потрібно було б виконати, але не виконавши її наслідки будуть досить м'якими. Суть полягає у тому, щоб ніколи не приступати до роботи «Б», поки у вас ще є невиконані завдання типу «А». не Робота «В» менш важлива, тому її не слід виконувати, якщо є не виконана робота «Б». Завдання «Г» – це робота, яку потрібно доручити комусь іншому. Тобто вона важлива, але вашого виконання не вимагає. Завдання «Д» – робота, яку можна і, навіть, потрібно видаляти зі списку справ. Зокрема, робота, яка вже втратила свою актуальність. Систематичне застосування цієї методики до свого переліку завдань, які потрібно виконати, допоможе повністю організувати свою роботу та підвищити свою продуктивність [2, с. 9].

Для завдань великого обсягу ідеально підходить метод «Швейцарського сиру», який був запропонований фахівцем з тайм-менеджменту А. Лакейном. Він застосовується, коли для виконання завдання необхідно так зване «розгойдування», коли важко визначити чіткі кроки для його виконання. Суть методики полягає у тому, що не варто тривалий час планувати новий проект, слід розпочати з самого простого і порядок тут не важливий. Коли перший крок зроблено – вже є перша дірка в сирі, поступово відбувається процес налаштування вашого організму на роботу. Якщо більша кількість задач з певного проекту виконана, і вже ніде робити дірок в сирі. Значить, ваша робота підходить до завершення. Якщо термін виконання не обмежений часовими межами, тоді виконуйте щодня частину цієї роботи. Отже, метод «Швейцарського сиру», полягає в вигляді «вигризання» незначними шматочками з різних кінців неприємного та складного завдання, яке обов'язково потрібно вирішити [3].

Методика, що має назву «Піраміда Франкліна» представляє собою стратегію власного розвитку з визначенням часових рамок та орієнтирів. Особливість піраміди Франкліна полягає у плануванні не тільки часу, але й зайнятості, шляхів досягнення бажаних для людини цілей. Піраміда Франкліна має таку структуру: фундаментом піраміди є те, що саме хоче індивід від життя; наступним блоком піраміди є «глобальна ціль», яка дає розуміння того, коли сенс буде досягнутий; «генеральний план досягнення цілей» – фіксування проміжних цілей на шляху до реалізації глобальної мети який складається на 3-5 років і частково відповідати одній з цілей

попереднього плану; далі «короткостроковий план» є частиною у досягненні пункту «довгостроковий план»; вершиною піраміди є «щоденний план», який є найменшою частиною в досягненні глобальної мети, яка покроково наближає вас до неї [5].

Впровадження запропонованих технологій тайм-менеджменту у практичну діяльність підприємств допоможе: підвищити продуктивність і результати повсякденної діяльності працівників; чітко визначити пріоритетність робочих процесів; шляхом економії часу досягти значних результатів; завдяки ефективному плануванню робочого часу зменшити обсяг і кількість справ, які потрібно виконати; зменшити кількість завдань з простроченим терміном; поліпшити якість робочого процесу.

Отже, вміло зроблена організація часу робочого процесу та дозвілля допоможе стати більш продуктивним в усіх напрямках діяльності, а це своєю чергою дасть змогу досягти глобальної мети.

#### Література:

1. Тайм-менеджмент на підприємстві URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/3885/1/6.pdf>
2. Брайан Трейсі «Залишіть гидливість, з'їжте жабу!» URL: <https://booksonline.com.ua/view.php?book=169801&page=9>
3. Впровадження європейських методик тайм-менеджменту в Україні URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/58.pdf>
4. Друкер, Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке URL: [https://nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/9031/druker\\_managementXXI\\_ru.pdf](https://nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/9031/druker_managementXXI_ru.pdf)
5. Time-management по-українськи «Метод швейцарського сиру» [http://time-management-24.blogspot.com/2015/06/blog-post\\_2.html](http://time-management-24.blogspot.com/2015/06/blog-post_2.html)

**Мандич О.В.,**

*доктор економічних наук, професор,  
Державний біотехнологічний університет*

**Науменко А.О.**

*доктор наук з державного управління, професор,  
Державний біотехнологічний університет*

## **ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНАЛУ ЗМІН В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Проведені дослідження щодо формування нової парадигми ринкового середовища вимагають розвитку синергії та взаємодії між господарюючими суб'єктами суміжних галузей. В першу чергу, дана проблематика стосуватиметься бізнес суб'єктів агропродовольчої сфери. Слід розуміти, що базовою метою ефективного функціонування агропродовольчого ринку є якнайповніше задоволення потреб споживачів у товарах «постійного» споживання. І, виходячи з цього, формування довгострокових налагоджених взаємозв'язків між операторами даної сфери є однією з можливостей недопущення продовольчої кризи в окремих регіонах та в країні, в цілому.

Однак при створенні оновленої антикризової моделі перед суб'єктами агробізнесу постають питання не лише залучення інструментарію управління змінами, а й їх можливості фінансового забезпечення [1]. Розуміння необхідності вибору програм розвитку на засадах використання економічних та фінансових важелів спричиняє в існуючій ситуації невизначеності проведення аналітичних досліджень в сфері фінансів. Зокрема, через надвеликий вплив зовнішнього середовища на управління змінами для підприємств, слід оцінювати релевантність між такими показниками, як стратегічні пріоритети соціально-

економічного розвитку в країні та, зокрема, в окремих регіонах, функціональні механізми адаптивності фінансового регулювання, інвестиційна привабливість та інструменти залучення інвестицій, рівень можливостей залучення фінансово-кредитних систем, адаптація й рівень зниження існуючий та потенційних ризиків, та, головне, спроможність суб'єктів бізнесу до запровадження змін в організаційній, управлінській та виробничій площині відповідно до нової кон'юнктурної ситуації на ринку.

Створення нової парадигми управління змінами в сфері агропродовольства вимагає від безпосередніх товаровиробників розуміння необхідності налагодження взаємозв'язків між всіма учасниками ринкової системи [2]. При чому оновлена модель управління змінами для господарюючих суб'єктів має створювати інтеграційні можливості для посилення ролі фінансових та посередницьких структур, залучення програм державної підтримки та запровадження новітнього виробничого й управлінського функціоналу з метою подолання бар'єрів невизначеності та існуючої дестабілізаційної ситуації.

#### **Література:**

1. Давидова І. І. Фінансове забезпечення розвитку економіки. Агросвіт. 2019. № 6. С. 81–88. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.6.81
2. Стеценко Б. С. Функціональні дисбаланси та асиметрії сучасного фінансового посередництва. Регіональна економіка та управління, 2019. № 4(26). С. 115-119.

**Морозов О.В.,**

*д.с.-г.н., професор  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

**Морозов В.В.,**

*к.с.-г.н., професор  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

**Біднина І.О.**

*к.с.-г.н., с.н.с.  
Інститут зрошувального землеробства НААН,  
Херсон, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПОСЛУГ З ПОДАЧІ ЗРОШУВАЛЬНОЇ ВОДИ ЗАЛЕЖНО ВІД ТЕХНОЛОГІЙ ВОДОПОДАЧІ ТА ВОДОРозПОДІЛУ НА ЗРОШУВАНИХ МАСИВАХ ПІВДНЯ УКРАЇНИ**

Надання платних послуг бюджетними установами, що належать до сфери управління Державного агентства водних ресурсів України, спрямовано на підвищення дієвості та ефективності водогосподарської діяльності [1, 2, 3].

Координацію діяльності, що пов'язана з наданням платних послуг, забезпечує керівник відповідної бюджетної установи, що належить до сфери управління Держводагентства України (далі - водогосподарська організація), до Басейнових управлінь водних ресурсів [1, 2, 3].

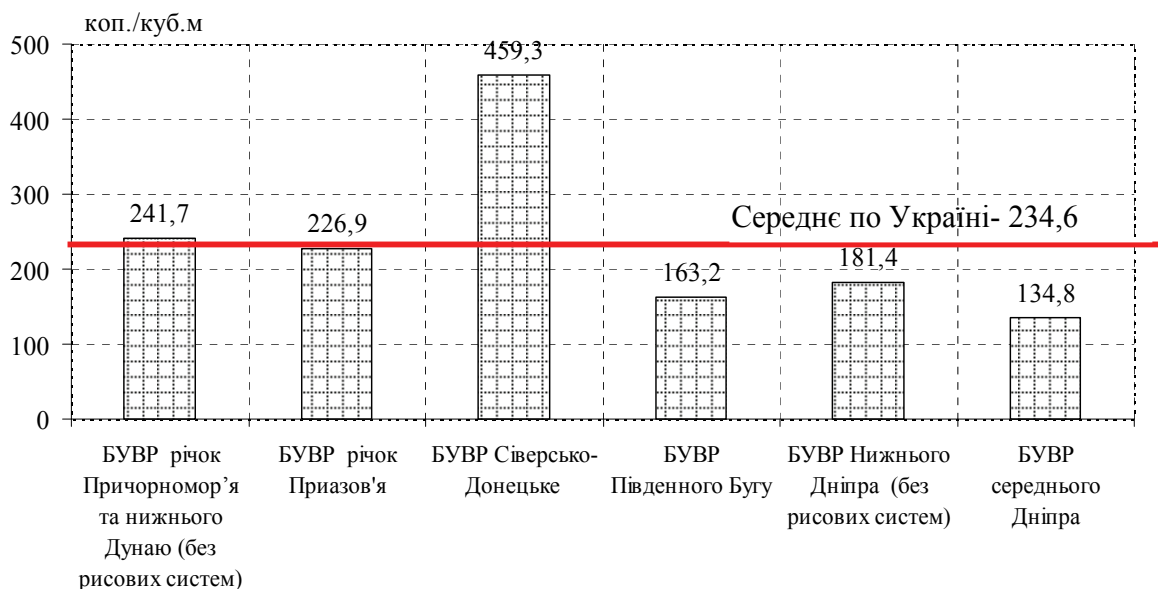
Надання платних послуг здійснюється на підставі договорів, які укладаються сторонами. Кошти, отримані за надання платних послуг, спрямовуються до спеціального фонду

Державного бюджету України і використовуються згідно із затвердженим Держводагентством України кошторисом водогосподарської організації [1, 2, 3].

Планування надходжень і використання коштів за надані платні послуги на замовлення юридичних і фізичних осіб здійснюються відповідно до постанови Кабінету Міністрів України (КМУ) від 28 лютого 2002 року № 228 "Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ" та частини четвертої статті 13 Бюджетного кодексу України [1, стор. ....].

Контроль за наданням послуг на платній основі, а також за правильністю застосування вартості послуг, цільовим використанням коштів здійснюють у межах своєї компетенції керівники водогосподарських організацій, Держводагентство України та інші органи відповідно до законодавства.

Середня вартість послуг із забору води на полив Басейновими управліннями водних ресурсів по Україні у 2021 р. складає 234,6 коп./м<sup>3</sup>. Найбільша вартість послуг із забору води на полив у БУВР Сіверсько-Донецьке (459,3 коп./м<sup>3</sup>), БУВР річок Причорномор'я та нижнього Дунаю (241,7 коп./м<sup>3</sup>), найнижча у БУВР Південного Бугу (163,2 коп./м<sup>3</sup>) та БУВР Нижнього Дніпра (181,4 коп./м<sup>3</sup>) (рис. 1).



**Рис. 1. Середня вартість послуг із забору води на полив у 2021 році Басейновими управліннями водних ресурсів Держводагентства України**

У структура вартості із забору води на полив у 2021 році Басейновими управліннями водних ресурсів Держводагентства України 55 % складає вартість електроенергії, 45 % – витрати на власні послуги. Власні платні послуги надаються водогосподарськими організаціями. Розмір договірних (вільних) цін за кожний вид платної послуги визначається на підставі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних безпосередньо з наданням (виконанням) відповідної платної послуги.

Структура вартості із забору води на полив Басейновими управліннями залежить від технологічних особливостей роботи зрошувальних систем, насосних станцій та ін. факторів.

#### Література:

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.10.2011 р. № 1101 „Про затвердження переліку платних послуг, які надаються бюджетними установами, що належать до сфери управління Державного агентства водних ресурсів”.
2. Наказ Держводгоспу України, Мінфіну України, Мінекономіки України від 21.05.2001 № 92/243/104 „Порядок надання платних послуг бюджетними установами й організаціями, що належать до сфери управління Держводгоспу, на замовлення юридичних і фізичних осіб” (зі змінами, внесеними наказом Держводгоспу, Мінфіну України, Мінекономіки України від

28.10.04 №280/679/389), (зареєстрований в Міністерстві юстиції України 31.05.2001 за №466/5657).

3. Постанова Кабінету Міністрів України від 25.12.1996 р. № 1548 “Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)” з наступними змінами.

**Морозов О.В.,**

*д.с.-г.н., професор  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

**Морозов В.В.,**

*к.с.-г.н., професор  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

**Козленко Є.В.**

*к.с.-г.н.,  
Інститут зрошувального землеробства НААН,  
Херсон, Україна*

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВОДИ ДЛЯ ЗРОШЕННЯ В УМОВАХ ІНГУЛЕЦЬКОЇ ЗРОШУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ**

Управління водними ресурсами є одним з пріоритетних напрямів державної політики України і розглядається як важлива складова сталого розвитку країни. Україна належить до держав, мало забезпечених водними ресурсами. За умов значної нерівномірності їх територіального розподілу, а також з урахуванням регіональних проявів глобальних змін клімату, зокрема зростання його посушливості, все більшої актуальності набувають питання раціонального природоохоронного водокористування та запобігання забруднення водних об'єктів.

Світовий досвід свідчить, що стале (збалансоване) водокористування визначається як рівнем виробничих технологій, так і управлінськими підходами до забезпечення раціонального використання водних ресурсів, їх охорони та відтворення. Досягнення екологічно безпечного та економічно доцільного водокористування, яке має стати стратегічною метою сучасної національної водної політики, потребує розробки наукових підходів, що забезпечать адресну реалізацію управлінських рішень на зрошуваних землях залежно від водоресурсного потенціалу, стану земле- і водокористування та водогосподарських об'єктів, ризику проявів шкідливої дії вод, потреб водокористувачів, водоспоживачів та агроєкосистем.

Комплексність проблеми збалансованого водокористування в умовах зрошення вимагає розроблення технологій раціонального природоохоронного управління водними ресурсами, застосування при їх провадженні системного інтегрованого підходу. Інтегроване управління водними ресурсами в умовах зрошення є процесом, що сприяє скоординованому розвитку й управлінню водними, земельними та пов'язаними з ними ресурсами, з метою забезпечення сталого розвитку економіки і соціального благополуччя на основі справедливості та без завдання шкоди життєво важливим екосистемам [1].

Особливості управління водними ресурсами в Україні вимагають збалансування таких планів не лише по річкових басейнах, а і по територіально-адміністративних одиницях та

галузях економіки, окремих зрошуваних масивів та суб'єктах водокористування тощо. Тому, доцільніше вести мову про поєднання басейнового та адміністративного принципів управління водними ресурсами або водоресурсним потенціалом певної території в умовах зрошення. Територіально-адміністративний принцип дозволяє оптимізувати структуру водоспоживання або витратну частину водогосподарських балансів, басейновий – їхню ресурсну частину, тобто спочатку узгоджується водна політика районів та областей з урахуванням водогосподарської діяльності всіх розташованих на їхній території водоспоживачів, а потім оцінюється можливість водоресурсного потенціалу річкових басейнів задовольняти потребу у воді необхідної якості без екологічного ризику для водних екосистем і населення.

В основу роботи покладено результати попереднього вивчення та аналізу: статистичних даних регламенту промивки р. Інгулець; стану та динаміки використання зрошуваних земель Інгулецького зрошувального масиву; дані технічного стану міжгосподарських та внутрішньогосподарських зрошувальних систем; результати наукових досліджень та розробок вітчизняних вчених з питань зрошення та ін [1, 2, 3].

**Висновок.** Вперше для Інгулецького зрошувального масиву розроблено методологічна основа технології раціонального природоохоронного водокористування в умовах Інгулецького зрошувального масиву з аналізом можливих сучасних і перспективних варіантів формування (покращення) якості зрошувальної та дренажно-скидної води, методологічні підходи системного вирішення сучасних і перспективних проблем земледокористування та адаптація різних режимів зрошення (біологічно оптимальний, водозберігаючий, ґрунтозахисний режими зрошення) до еколого-меліоративного стану зрошуваних земель в умовах змін клімату.

Одержані результати забезпечать розв'язання наукової проблеми – комплексного управління водними та земельними ресурсами Інгулецького зрошувального масиву.

#### **Література:**

1. Козленко Є.В., Морозов О.В., Морозов В.В. Інгулецька зрошувальна система: стан, проблеми та перспективи розвитку: монографія / за ред. О.В. Морозова. Херсон: Айлант, 2020. 204 с.
2. Козленко Є.В., Морозов О.В., Морозов В.В. Новий варіант технології формування якості води Інгулецької зрошувальної системи при відновленні проектної площі зрошення. *Таврійський науковий вісник. Сільськогосподарські науки*. Херсон, 2021. № 119. С. 218-226.
3. Козленко Є.В., Морозов О.В., Морозов В.В. Сучасні проблеми формування якості води Інгулецької зрошувальної системи при застосуванні промивки р. Інгулець впродовж квітня-серпня та шляхи їх вирішення. *Аграрні інновації*. Херсон, 2021. № 7. С. 65-74.

**Кудрич В.П.**

*к.е.н., доцент*

*Міжнародний класичний університет  
ім. Пилипа Орлика, м. Миколаїв, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СТУДЕНТСЬКИМИ СТАРТАПАМИ**

Успіхи економіки будь-якої держави чимало залежать від розвитку ринку інновацій. У звіті StartupBlink за 2021 рік щодо 100 країн з найбільшим стартап-потенціалом Україна посіла 34 місце, що на п'ять позицій нижче, ніж торік [1]. Основні причини цього: нестача іноземних інвестицій та вплив з країни головного двигуна стартапів – талановитих молодих засновників. Але незабаром Україна буде отримувати суттєву фінансову допомогу для післявоєнного відновлення економіки і швидкого соціально-економічного розвитку (потужна міжнародна допомога, контрибуція від заарештованих активів РФ, прямі приватні інвестиції тощо). А це означитиме стрімке зростання потреби у кваліфікованих підприємцях і

підприємливих менеджерів-фахівців на підприємствах різних галузей. Отже, наших студентів треба терміново вчити підприємливості.

В Міжнародному класичному університеті ім. Пилипа Орлика (надалі – МКУ) ще восени 2021 року для бажаючих студентів розпочав роботу Стартап-центр у форматі безкоштовного бізнес-інкубатора. Його головна ціль - допомога активним молодим людям у створенні нових бізнесів для набуття економічної свободи і фінансової незалежності.

За рік у Стартап-центрі МКУ пройшли навчання підприємництву кілька десятків студентів. Також підготовлено два стартапи, один з них (Мережа фрілансу) пройшов у другий етап Всеукраїнського конкурсу бізнес-планів підприємницької діяльності серед молоді у номінації: «ІТ для ІТ». Можна було б і краще спрацювати, якби на заваді не стали певні об'єктивні та суб'єктивні причини:

- інфантильність студентів;
- дистанційне навчання;
- невелика кількість інвестиційних майданчиків.

Багато хто із студентів, особливо молодших курсів, ще не має конкретної уяви про своє майбутнє у соціально-економічному просторі країни. Вони не готові додатково до основних (планових) дисциплін вивчати ще й факультативно нелегку підприємницьку справу. Взагалі ставлення студентів до відвідування факультативних занять помітно гірше, ніж до відвідування планових занять (відсутність відповідальності за результати навчання, особливо у складних нинішніх умовах).

Спочатку ковід-обмеження, а потім варварська агресія РФ примусили перейти на дистанційне, віддалене навчання. Був втрачений вплив інтерактивного творчого контакту бізнес-тренера та слухачів, дуже важливого для персонального виявлення глибоко прихованої, тонкої, невпевненої «підприємницької жилки», для колективної розробки інноваційних бізнес-ідей та створення креативних стартапів.

З метою підвищення ефективності роботи Стартап-центру МКУ (до речі, як і для багатьох інших вишів) необхідно втілити у життя наступні заходи:

1. Розширити цільову аудиторію Стартап-центру за рахунок прийняття нової, більш привабливої та універсальної цілі: «Створення великого прошарку активних розумних громадян з підприємницькими здібностями». Слухачі зможуть паралельно з навчанням за обраною спеціальністю здобути не менш важливі знання стосовно власної соціально-економічної суспільної орієнтації та можливостей отримання економічної свободи і фінансової незалежності. Навчання у Стартап-центрі допоможе випускникам МКУ стати ефективними креативними працівниками на будь-якому підприємстві. А для бажаючих створити власний бізнес Стартап-центр буде працювати як бізнес-інкубатор: спільна розробка бізнес-планів, розробка інвестиційних проєктів, пошук інвесторів, організація початку роботи бізнесів тощо.

2. Ввести в навчальний план старших курсів денного навчання усіх спеціальностей дисципліну «Підприємництво та управління стартап-проєктами. Моя справа» відповідно до ініціативи Мережі стартап-інкубаторів УЕР спільно з Міністерством освіти і науки України, Міністерством цифрової трансформації України, Українським фондом стартапів за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» [2].

Програма курсу «Підприємництво та управління стартап-проєктами. Моя справа» на протязі одного семестру має надавати слухачам базові, мінімально необхідні знання про інноваційне підприємництво, економіку і менеджмент підприємств, бізнес-планування, створення та просування стартапів, отримання інвестицій, організацію оперативної діяльності нового бізнесу тощо.

3. Приєднатися до Мережі стартап-інкубаторів УЕР, Українського фонду стартапів та інших подібних організацій з метою отримання додаткових можливостей виходу стартапів МКУ на нові інвестиційні майданчики.

**Література:**

1. Україна погіршила позиції в рейтингу міст світу для розвитку стартапів.  
<https://thepage.ua/ua/news/rozvitok-startapiv-ukrayina-vtrachaye-poziciyi-u-rejtingu>.
2. Як буде розвиватися «Підприємницький університет» у 2021?  
<https://www.kname.edu.ua/index.php/4515-%D1%8F%D0%BA-%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%B5-%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%8F-2021>

**Кузьмін Д.В.,**

*К.Ю.Н.,*

*викладач, Конотопський фаховий коледж Сумського державного університету*

**Весперіс С.З.**

*К.Е.Н., доцент,*

*викладач, Конотопський фаховий коледж Сумського державного університету  
Конотоп, Україна*

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАГРОЗ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ**

Становлення сучасного людства дуже тісно пов'язано із інформаційними процесами. Людський соціум ще на світанку розвитку становлення цивілізації зрозумів важливість та цінність інформації. Інформація у людському соціумі отримала ціннісний характер, що дозволило її комерціалізувати.

Унаслідок чотирьох промислових революцій, як відмічав дослідник Клаус Шваб [1, с. 11], з'явилися нові методи передачі інформації у цифровій формі. Остання, четверта промислова революція, надала людству унікальні комунікативні можливості - мініатюрні виробничі пристрої та мобільний інтернет, що дозволило людству отримати організаційну мобільність та швидку систему отримання інформаційних даних. Фактично особливістю розвитку технологій сучасної Індустрії 4.0 стало те, що сучасні комунікативні форми передачі інформації дозволяють вести розмову про нову систему соціальних відносин за принципом об'єднаної мережі.

Сучасні мережеві технології надають широкі можливості на комунікативному рівні полегшити управління персоналом підприємства, не зважаючи на рівень соціального статусу працівників та на територію країни, де вони проживають. Тобто, очевидною перевагою для розвитку функціонала підприємства є поширення інформації за допомогою сучасних інформаційних технологій. Навіть сам термін «інтелектуальний капітал» тісно пов'язаний із введенням сучасних цифрових технологій у роботу комерційних структур.

Проте сучасні методи передачі інформації несуть у собі і ряд не простих загроз для розвитку інтелектуального капіталу. Становлення сучасної Індустрії 4.0 та четверта промислова революція дозволила людству перейти на новий технологічний щабель, пов'язаний із створенням, збереженням, передачею та відтворенням «великих даних» (Big data). [2]. Саме проблема появи масиву «великих даних» (Big data) створює загрозу подальшому гармонійному розвитку сучасного підприємства. Проблемою є те, що сучасний процес безперервного створення інформаційних даних відбувається щомиті і таким чином строюється велика різноманітність масивів, що створює цілий ряд проблем, які можна розглянути на технічному, соціальному та управлінському рівнях.

На технічному рівні загрози представлені постійно зростаючою кількістю електронних засобів, за допомогою яких можна створити, поширити та відтворити інформацію. Сама кількість означених засобів веде до збільшення кількості загроз. Так, в силу низького технічного рівня знань



наймані працівники підприємницьких структур створюють умови небажаного поширення інформації, які можуть містити питання комерційної таємниці, розкривати стан фінансових та нематеріальних активів, стан інфраструктурного середовища та кадровий потенціал.

На соціальному рівні у підприємницьких відносинах відбуваються серйозні зміни, що дозволило дослідникам І. С. Ткаченко та В. В. Шарко відмітити, що «за досягнення найбільш складних рівнів цифровізації в економіці відбувається кардинальна трансформація виробничих відносин учасників, результатом якої є об'єднання виробництва і послуг в єдину цифрову (кіберфізичну) систему» [4, с. 44]. Тобто наймані працівники, які навіть ознайомлені із сучасними цифровими технологіями, змушені адаптуватися до вимог користування інформаційними продуктами на новому робочому місці. Робота працівника у сучасному офісі часто взагалі пов'язана з роботою з електронною формою інформації, що збільшує вимоги до вмінь персоналу, який наймається.

На управлінському рівні розмір «великих даних» (Big data) може призводити до цілого ряду проблем, коли конкретні важливі дані працівниками на фоні великого інформаційного масиву не сприймаються або трактуються не належним чином. Сучасні комп'ютерні програми, розраховані на роботу менеджера, дозволяють планувати та делегувати повноваження працівникам у електронній формі і можуть містити у своєму коді помилки і передавати не точну інформацію. Фактично сам розмір «великих даних» (Big data) при організації електронного офісу може призвести до цілого ряду управлінських помилок, які при вербальному делегуванні повноважень від керівника до підлеглого допустити було не можливо.

Отже, поширення інформації за допомогою сучасних технологій несе у собі цілий ряд загроз, у тому числі і таких, які стосуються питань інтелектуального капіталу. Процес створення у сучасних технологічних умовах інформаційних даних у роботі підприємства може стати причиною цілого ряду проблем, які можна розглянути на технічному, соціальному та управлінському рівнях. На рівні менеджменту підприємства потрібно враховувати можливість виникнення подібних проблем і за необхідності узгоджувати управлінську діяльність з потребами інформаційної безпеки.

#### **Література:**

1. Клаус Шваб Четвёртая промышленная революция. «Эксмо», 2016. 138 с.
2. Shi, Yong. Advances in big data analytics: theory, algorithms and practices. Springer Nature, 2022.
3. Ткаченко І.С. та Шарко В.В. Конкурентоспроможність підприємства в умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 1. С. 43-48.

**Хірса І.М.**

*асистент,*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
м. Херсон, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Після оголошення військового стану на території України та початку активної фази бойових дій більша частина бізнесу була практично паралізована через різні обставини.

Починаючи від морально-психологічного потрясіння до економічного спаду ділової активності та неможливості здійснення діяльності підприємствами, що знаходяться на території бойових дій.

Поруч із реальним військовим фронтом кіберфронт очевидний і життєво необхідний запуску потужного економічного фронту.

Сьогодні непростий час це вкрай важливо для суспільства. Без економічної діяльності неможливе повноцінне функціонування держави в умовах воєнного стану.

Саме з цією метою держава стала активно вносити комплексні зміни до законодавства та держпрограм, спрямованих на підтримку української економіки.

Цілком очевидно, що в таких умовах єдиним можливим способом підтримки бізнесу є тотальне дерегулювання, лібералізація та посилення державної підтримки.

Закон про зміни до Податкового кодексу передбачає введення нового тимчасового механізму оподаткування суб'єктів господарювання, що добровільно можуть перейти на неї.

Зокрема, компанії з обсягом доходу до 10 мільярдів гривень мають право стати платниками єдиного податку 3-ї групи, дана система передбачає:

- ставку податку 2% від доходу (замість 18% податку на прибуток);
- ПДВ (20%) з операцій на території України не застосовується;
- відсутнє обмеження кількості працівників.

Крім того, зміни передбачають також зупинення перебігу строків визначених Податковим Кодексом на час воєнного стану.

Скасування перевірок та відсутність санкцій за несвоєчасне подання звітності

Закон передбачає також скасування податкових перевірок на час дії воєнного стану за винятком фактичних перевірок, зокрема щодо можливості сплати картками.

Така позиція цілком корелюється з позицією Національного Банку про необхідність проведення безготівкових операцій у нинішніх умовах для підтримки економіки України.

Також суттєві послаблення відбулися у сфері податкової звітності та сплати податків.

Платники податків мають право подати податкову та іншу звітність протягом 90 календарних днів після скасування правового режиму воєнного стану, а отже відповідальність за несвоєчасне подання звітності під час воєнного стану та 90 днів після його припинення також не застосовується.

Також на час дії правового режиму воєнного стану не будуть застосовуватися фінансові санкції за порушення пов'язані з використанням реєстраторів розрахункових операцій (РРО).

Підтримка аграріїв та проведення планової посівної кампанії. Висока вартість пального одна з причин, яка суттєво впливає в тому числі на можливість аграріїв ефективно провести посівну кампанію.

Розуміючи нагальність даної проблеми, були внесені відповідні зміни до законодавства, направлені на зменшення ціни пального та попередження його потенційного дефіциту, зокрема:

- дозволено реалізовувати та використовувати бензин та дизпаливо, що відповідає екологічному стандарту Євро 2 та Євро 3;
- для бензину, інших нафтопродуктів, важких дистилатів, скрапленого газу, пропану, ізобутану, встановлюється нульова ставка акцизного податку;
- зменшення ставки ПДВ для реалізації пального з 20% до 7%.

Крім того, Міністерством аграрної політики та продовольства України на час воєнного стану було скасовано додаткові процедури із сертифікації насіння, зокрема, шляхом визнання іноземних сертифікатів, а також необхідність реєстрації сільськогосподарської техніки.

Термін дії ліцензії на зберігання, транспортування та застосування пестицидів продовжено на 90 днів після її припинення або скасування.

Також варто пам'ятати про настання форс-мажорних обставин, що дає змогу бізнесу відтермінувати виконання договірних зобов'язань.

Торгово-промислова палата України видала офіційний лист-підтвердження настання форс-мажорних обставин у зв'язку з початком війни.

Однак, для ефективної реалізації цього механізму та мінімізації можливих ризиків, пов'язаних з невиконанням певних умов договору варто провести аналіз умов, визначених в договорах з відповідними контрагентами, а також підготувати доказовий пакет документів, який буде підтверджувати причинно-наслідковий зв'язок між обставинами та неможливістю виконання умов договору.

Тотальна дерегуляція бізнесу та запровадження податкових пільг — єдиний шлях для ефективного функціонування економіки в умовах воєнного стану, прийняті зміни вже

демонструють свою ефективність, однак це лише початок боротьби на економічному фронті на шляху до неминучої перемоги!

**Література:**

1. Капліна А.І. Молодіжне підприємництво як чинник розвитку економіки. Таврійський науковий вісник (категорія Б). 2021. №8, 29-33. <https://doi.org/10.32851>
2. Стукан Т.М. Актуальні професії майбутнього для молоді на ринку праці України. Економіка та суспільство. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/169> DOI: 10.32782/2524-0072/2021-24-4
3. Алещенко Л.О. Створення мережі бізнес-клубів як один з альтернативних напрямів розвитку молодіжного підприємництва. Таврійський науковий вісник. 2021. У друці.
4. Жосан Г.В., Кириченко Н.В. Менеджмент персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану в Україні. Таврійський науковий вісник: Серія Економіка. 2022. Вип. 12. С. 48-54
5. Zhosan Hanna, Khoroshko Anna DIAGNOSTIC ANALYSIS OF THE RELEVANCE OF DOING BUSINESS BY YOUNG ENTREPRENEURS IN THE POST-PANDEMIC COVID-19 PERIOD. Таврійський науковий вісник: Серія Економіка. 2022. Вип. 12. С. 54-61

---

**Section 4.**  
**INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT**  
**MANAGEMENT AND BUSINESS PROCESS MANAGEMENT**  
**(ECONOMICS, ORGANIZATION, FINANCE AND TAXATION,**  
**ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT,**  
**OTHER AREAS OF ACTIVITY)**

---

**Levkina R.V.,**

*doctor of economics, professor,  
professor of the Department of Entrepreneurship and Stock Exchange Activity*

**Kotko Ya.M.**

*candidate of economic sciences,  
senior lecturer of the Department of Entrepreneurship and Exchange Activity  
State Biotechnological University, Kharkov, Ukraine*

**SOCIO-ECONOMIC MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT**  
**MANAGEMENT FOR EDUCATION STAKEHOLDERS - BUSINESS ENTITIES**

The creation of an effective mechanism of management of innovative development of business structures is a stimulating lever of economic growth of individual regions and the country as a whole. Such mechanism promotes activation of social-economic and innovative-environmental processes of transformation of branch infrastructure of territories and, subject to the application of effective tools, is one of the directions of growth of competitiveness of enterprises in the market. Active cooperation of higher education institutions with business entities allows not only to use results of scientific activity for innovative development, but also to consider the latter as interested parties in further training of specialists, which they need. To address the needs in providing managerial activities of such subjects, we should talk about the training of specialists in the specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activity". In this case, business entities of any industry act as stakeholders of educational programs of the specialty and higher education in general.

The analysis of scientific sources indicates a fairly high level of publication activity of domestic scientists who have studied the issues of innovative development in entrepreneurship. Among such issues: the study of trends and prospects for the development of entrepreneurship, design and functioning of mechanisms of innovative development, psychological and national characteristics of innovative activity of the population of the world. We consider it advisable to pay attention to scientific works of such scientists: Yu. Bazhal, B. Butko, M. Burmak, Z. Varnaliy, M. Weber, O. Vinogradova, O. Gaponenko, O. Grabelskaya, V. Geets, O. Ershova, E. Eliferova, Y. Zaloznova, S. Ilyashenko, R. Kovalenko, M. Kovalenko, O. Kulish, Y. Melnik, R. Pavlovitch, H. Patitskaya, Y. Pogorelova, O. Raevneva, N. Rud, V. Sisonenko, A. Soroka, I. Smolin, M. Timoshchuk, J. Thünen, A. Ustenko, L. Frolova, V. Kharchenko, I. Khvostina, V. Hurochkina [1], I. Vakhovych, B. Satyvaldieva [2] and others. However, giving credit to the scientific results, we would like to note that the issues of managing innovative development of business entities as stakeholders of higher

education of different levels remained outside the research, which currently has a high level of relevance for both parties.

The experience of highly developed countries of the world testifies to the obligatory role of systematic application of innovations in the process of functioning of stakeholders of different types of entrepreneurship. As it is known, innovations allow not only updating technologies of production of goods (services) and transition to production of competitive products, but also to solve strategic issues connected with scaling of business, entering foreign markets, transition to international corporate models of conduct. The latter requires the involvement of highly qualified employees with modern education with in-demand competencies, one of the leading is the ability to solve complex problems and problems in the field of entrepreneurship, which involves research and innovation under uncertain conditions and requirements. In our opinion, in conditions of uncertainty and risk the best result gives the implementation of sustainable development mechanism, which for the subjects of commercial and certain types of industrial business can be defined as a socio-economic mechanism without emphasis on the environmental component. As we know, the concept of "sustainable development" means "such development of society that meets the needs of present generations and does not jeopardize the ability of future generations to meet their needs" (Report of the UN Commission under the leadership of G. H. Brutland, 1987). Consequently, the emphasis on the socio-economic component in this case, according to our assumption, has no contradictions with the generally accepted definition. Therefore, for these types of business, we pay attention to the socio-economic component and leave the environmental component "out of the frame". Although, once again, we emphasize that we do not refuse it in any case. In case of impossibility of practical realization of the social component in full volume, it is expedient at least the social orientation of the economic mechanism or its separate element - the motivational mechanism [3]. It is important to maintain interrelation of such mechanism with internal and external environment and to carry out the actions providing effective use and realization of innovative potential of a stakeholder through balancing of interests of a set or at least the majority of stakeholders of the country in the process of their innovative development [4].

#### **References:**

1. Hurochkina V. Innovative potential and activation of emergent properties for the development of industrial enterprise. *Social Economy*. 2020. 1(60), 87-96. <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2020-60-09>.
2. Vakhovych I., Satyvaldieva B., Dooranov A., Slynko M., Marchenko O., Salivonchuk I. Smart Specialization of the Region as a Tool for Modernizing Innovative Development. *Estudios de Economia Aplicada*. 2021. 39 (5). URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/announcement/view/30>.
3. Левкіна Р. В., Котко Я. М. Соціальна орієнтація мотиваційного механізму суб'єктів аграрного бізнесу. *Вісник ХНТУСГ ім. П. Василенка: Економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 51-59.
4. Mazurina T. Y., Matkovskaya Y. S., Neopulo K. L., Rogulenko T. M. Studying the impact of the depreciation policy on the development of innovation potential of industrial enterprises. *Entrepreneurship and Sustainability*. 2020. Issues 7(3). P. 1513–1526. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3\(6\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3(6)).

**Samoilyk Iu.V.**

*Doctor of Economic science, professor  
Poltava State Agrarian University, Ukraine*

## **THE INTERNATIONAL MARITIME TRADE IN THE LOGISTICS CONTEXT**

The goods transportation plays the leading role in the system of logistics management. In the international logistics, maritime transport is very important. This carriage type has a lot of advantages over other cargo transportation types, including low cost, large volumes of transportation, clear and unambiguous rules, legal rules of sea transportation, certain sea routes.

Scientific literature included a lot of research about transport logistics. Problems of transport logistics in various industries, including maritime logistics are considered by Komelina O.V., Samoilyk Iu.V., Boldyrieva L.M., Krapkina V.V., Zos-Kior M., Kuksa I., & Storoška M., Gani A., Soner O., Akyuz E., Celik M. [2, 4]. These works allow for assessing logistics strategic management in the world and individual regions. The currently system of trade and commodity chains formation needs new logistical approaches, which are based on the awareness of the country's strategic position on a globalization scale. The relationship between the countries is deepening, so if the logistics strategy of the one country changes, there will be changes in the entire logistics system. An example is the hostilities in Ukraine's impact.

Due to blocked ports in the spring of 2022, the ships movement is impossible. The war in Ukraine affected about 25 % of world grain trade and led to rising world prices, food inflation and reduced access to food in Ukraine's and Russia's importing countries, in particular, wheat and sunflower oil. Wheat supply from Ukraine is more than 10 % of annual wheat consumption for 15 countries. For example, this is 28 % of Indonesia's needs, 21 % – Bangladesh, and Egypt imports almost 80 % of its wheat from Russia and Ukraine. In 2021, Ukraine exported agricultural products to more than 180 countries and most to the EU, it is almost 30 % [5]. Due to hostilities in the south of Ukraine, seaports have been blocked, logistics and economic chains have been severed, and as a result, Ukrainian producers need of an uninterrupted raw materials supply, including fuel, seeds, plant protection products, fertilizers, spare parts and other goods, and also, suffer from a lack of strategic products.

Supply chain reliability plays an important role in logistics efficiency under globalization conditions. Consignees want to have a high degree of certainty about when and how deliveries will be. Reliability is much more important compared with speed. The supply chain certainty is a problem not just of cost and time, but also the component of the shipment quality. In recent years, trade volumes have increased significantly, in particular in maritime trade. The exception is 2020, because at this time under the impact of coronavirus trade and consumption have decreased significantly, so this year is not indicative for analysis (Table 1).

*Table 2***International maritime trade, 1970–2020 (millions of tons loaded).**

Year	Tanker trader	Marin bulk	Other dry cargo	Total (all cargoes)
1970	1440	448	717	2605
1980	1871	608	1225	3704
1990	1755	988	1265	4008
2000	2163	1186	2635	5984
2005	2422	1579	3108	7109
2008	2742	1911	3578	8231
2009	2641	1998	3218	7857
2010	2752	2232	3423	8408
2011	2785	2364	3626	8775
2012	2840	2564	3791	9195
2013	2828	2734	3951	9513
2014	2825	2964	4054	9842
2015	2932	2930	4161	10023
2016	3058	3009	4228	10295
2017	3146	3151	4419	10716
2018	3201	3215	4603	11019
2019	3163	3218	3690	11071
2020	2918	3181	4549	10648

Source: [3, p. 29]

The most popular types of shipping in the world are tanker trade and marine bulk. The total volume of maritime trade in the world was 10648 millions of tons loaded in 2020, it is on 423 millions. tons loaded (3,8 %) less as in 2019. In 2020, the pandemic impacted to the world economy, cutting production activity and consumption, so supply, demand and logistics decreased.

By UNCTAD data, all major trading economies saw imports and exports rise above pre-pandemic levels in the fourth quarter of 2021, with trade in goods increasing more strongly in the developing world than in developed countries. The world trade in goods remained strong and trade in services finally returned to its pre-COVID-19 levels. The value of global trade reached a record level of 28.5 trillion. USA dollar in 2021. That's an increase of 25 % on 2020 and 13 % higher compared to 2019, before the COVID-19 pandemic struck. While most global trade growth took hold during the first half of 2021, progress continued in the year's second half [1].

The positive for international trade in 2021 is primarily the result of commodity prices increases, pandemic restrictions subsiding and a recovery in demand with help of economic stimulus. In 2022 are expected the increasing global demand for organic products. Also probably, it will be the global debt record levels through to mounting inflationary pressures.

#### **References:**

1. Global trade hits record high of \$28.5 trillion in 2021, but likely to be subdued in 2022. UNCTAD. <https://unctad.org/news/global-trade-hits-record-high-285-trillion-2021-likely-be-subdued-2022>.
2. Komelina O.V., Samoilyk Iu.V., Boldyrieva L.M., Krapkina V.V. The Management of Organizational Processes of the Transport Use in Construction. *Proceedings of the 2nd International Conference on Building Innovations. ICBI 2019. Lecture Notes in Civil Engineering*, vol 73. Springer, Cham, pp. 601-608. DOI [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42939-3\\_59](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42939-3_59) (2019).
3. Review of maritime transport. United Nations Conference on Trade and Development United Nations. Geneva. pp. 177. (2021).
4. Samoilyk Iu., Zos-Kior M., Kuksa I., & Storoška M. Methodology for assessing globalisation development of countries. *Economic Annals-XXI. Volume 168, Issue 11-12.* pp. 4-8. (2017).
5. Ukraine exported agricultural products to more than 180 countries and most to the EU – almost 30 % in 2021. Government portal. The only executive portal in Ukraine. <https://cutt.ly/cG8UcEh> (2022).

**Бутко Н.В.**

*к.в.н., доцент*

*Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького  
Черкаси, Україна*

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

В сучасних умовах ринкової економіки забезпечення успішної діяльності вітчизняних суб'єктів підприємництва покладається на маркетинг. Його роль полягає в орієнтації виробництва і збуту продукції господарюючих суб'єктів на більш повне ніж конкуренти задоволення існуючих потреб споживачів за допомогою різного роду інновацій, у формуванні і стимулюванні попиту на принципово нові інноваційні товари, що призначені для задоволення потреб новим способом. Відповідно, для різностороннього розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, необхідно дотримуватись таких напрямків діяльності як розробка і впровадження інновації та реалізація заходів комплексу маркетингу, що спрямовані на їх комерціалізацію. Крім того, забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств передбачає інтенсивний розвиток виробництва, а також вимагає удосконалення методів організації їх виробничо-господарської діяльності. А інновації виступають не лише категорією технічного, виробничого та комерційного напрямку використання, містять потенціал творчого забезпечення суб'єкта підприємництва.

Конкурентна боротьба, зростаючі науковий і технічний потенціали підприємств, зміна поведінки споживачів та постійні глобалізаційні процеси є основними чинниками розвитку інноваційної діяльності у межах підприємств. Сам процес управління інноваційною діяльністю перебуває в постійному розвитку, а забезпечення успішної реалізації інноваційних процесів в межах підприємств виступає необхідною умовою при взаємодії всіх їх підрозділів та сприяє орієнтуванню кожного суб'єкта підприємництва на потреби ринку і споживачів кінцевої продукції. Тому, інноваційна діяльність визначає перспективи та напрями функціонування підприємств, що обрали інноваційний шлях розвитку та їх місце на ринку [1].

Наразі стан інноваційної діяльності вітчизняних суб'єктів підприємництва є досить низьким та не відповідає існуючому рівневі інноваційних процесів в ринково розвинутих країнах, для яких розвиток підприємств на інноваційних засадах виступає одним з головних завдань економічної стратегії.

Динаміка фінансування інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва в Україні в останні роки дослідження характеризується спадним трендом, а її питома вага – надзвичайно низька (30,0 %). Така ситуація показує, що в загальній структурі фінансування діяльності вітчизняних підприємств на інноваційній основі, присутню диспропорційність між обсягами власних коштів і коштів державного бюджету. Проблема підвищення інноваційного фактора, який є невід'ємною компонентою науково-технічного прогресу у системі господарських зв'язків на засадах конкурентоспроможності й активізації інноваційного розвитку, перетворюється на пріоритетний напрямок зміцнення економічної безпеки підприємства [2].

Постійне та активне впровадження у виробничо-господарський процес суб'єктів підприємництва новітніх досягнень науки і техніки та застосування інноваційних технологій надасть змогу підвищити конкурентоспроможність як виробленої продукції зокрема, так і підприємств загалом на внутрішньому та зовнішньому ринках. Крім того орієнтуючись на світовий досвід, варто зауважити, що більше половини вітчизняних підприємств, які результативно здійснюють виробничо-господарську діяльність і розвиваються на внутрішньому ринку, своїми здобутками зобов'язані саме використанню інновацій в галузі маркетингу. Адже впровадження, виробництво і просування на ринок новітньої продукції, яка здатна забезпечити найвищий ступінь задоволення вимог покупців порівняно з традиційною, надасть можливість підтримувати постійний інтерес споживачів до такого підприємства-товаровиробника.

Варто зауважити, що інноваційна активність підприємств являється діяльністю спрямованою на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і сприяє випуску на ринок нових конкурентоспроможних видів товарів (продукції) і послуг [3]. Успіх комерціалізації інноваційних продуктів підприємства в значній мірі залежить від його здатності до організаційного забезпечення інновацій в галузі маркетингу та ефективного використання значної низки сучасних маркетингових інструментів [4].

Варто наголосити, що зусилля, спрямовані на впровадження інновацій, забезпечують економічну стабільність підприємства і покращують передусім його фінансові результати лише за умови ефективної маркетингової діяльності. Тому, здійснюючи інноваційну діяльність у межах підприємства необхідно усвідомлювати та враховувати у практичній діяльності особливості маркетингу, який супроводжує розроблення та представлення на ринок інновацій.

#### **Література:**

1. Нянько В.М. Інноваційний маркетинг на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2014. № 6 (55). С. 228–231.
2. Андрусак В.М., Бутко Н.В., Сологуб М.П., Улянич Ю.В. Податкове стимулювання та маркетингове забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняних підприємств. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія: Економічні науки. 2021. № 4. С. 96–103.



3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV // База даних «Законодавство України». ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення 04.05.2022).
4. Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 460-468.

**Волкова Н.В.,**

*к.е.н., доцент,*

**Даниленко В.І.**

*к.е.н., доцент,*

*Полтавський державний аграрний університет  
Полтава, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проблема підвищення рівня конкурентноздатності вітчизняного виробництва в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана насамперед з розробленням системи управління підприємствами. Саме перехід до ринкової трансформації вітчизняної економіки зумовлює принципову зміну поглядів щодо підходів до формування потенціалу підприємств.

Виробничий потенціал сільських господарств являє собою сукупність земельних, матеріальних і трудових ресурсів, що призначені для використання в процесі виробництва аграрної продукції. Проте, варто додати, що в ринкових умовах основою, рушійним механізмом процесу виробництва вступає економічний інтерес його учасників, звідси, в комплексі виробничий потенціал можна представити як сукупність земельних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів та економічного інтересу, які є об'єктивно необхідними передумовами здійснення аграрного виробництва [1].

Категорія «виробничий потенціал» в науковій економічній літературі трактується з позиції покращення використання ресурсів виробництва, підвищення їх віддачі. Оскільки, виробничий потенціал - це складна економічна структура, тому виділяють характерні закономірності його формування, тобто потенціал підприємства виступає комплексом типових властивостей його елементів, причому останні можуть тією чи іншою мірою замінювати один одного, тобто бути альтернативними.

Потенціал підприємства не доцільно організувати як механічне додавання елементів, адже він є динамічним утворенням. При цьому у процесі формування починає діяти закон синергії його елементів. Усі складові потенціалу знаходяться у взаємодії з функціонуванням та розвитком підприємства, тобто, з одного боку, підлягають фізичному та техніко-економічному зношуванню, а з іншого – є надто чутливими до досягнень науково-технічного прогресу та інш. [2].

Головною відмінністю виробничого потенціалу сільськогосподарського підприємства, яка відрізняє його від інших суб'єктів підприємницької діяльності, є такий природний ресурс, як земля, що виступає природно-економічною основою процесу виробництва матеріальних благ, необхідних для існування людей та розвитку суспільства. У зв'язку з цим сільськогосподарське виробництво продукції або надання сільськогосподарських послуг має поєднуватися із системою техніко-економічних заходів, направлених на відтворення, охорону і раціональне використання землі.

Ефективність сільськогосподарського виробництва значною мірою є залежною від структури виробничого потенціалу. На підприємствах з високою ефективністю виробництва структура виробничого потенціалу характеризується відносно більшою часткою основних та

оборотних засобів і в меншій мірі земельних ресурсів. За однакової якості землі в господарствах вища питома вага продуктивного капіталу призводить до збільшення валової продукції з розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь і на 1000 грн. сукупного потенціалу [2]. Звідси, зростання обсягів продукції сільського господарства можна досягти за рахунок збільшення рівня ресурсозабезпеченості та вдосконалення структури виробничого потенціалу.

Можливості щодо обсягу виробництва й реалізації рослинницької та тваринницької продукції визначає розвиток і особливості матеріально-технічної бази сільськогосподарських підприємств. Збільшення кількості та модернізація засобів виробництва забезпечують підвищення оснащеності певного сільськогосподарського підприємства, і являють собою матеріальну основу його виробничої потужності щодо певних рослинницьких і тваринницьких галузей [3].

Ефективність процесу управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств значним чином обумовлюється функціонуванням та управлінням аграрного сектора в цілому. Однак, нинішній рівень розвитку АПК в основному спрямований на нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, як правило, за рахунок використання інтенсивних і інноваційних технологій, або ж лише окремих їх елементів. В цілому це негативно позначається на екологічних та економічних аспектах галузі сільського господарства.

Отже, з метою забезпечення ефективного управління, раціонального використання та відтворення ресурсів сільськогосподарських господарств необхідно гармонійно поєднувати такі складові: економіко-соціальну доцільність співвідношення наявних на підприємстві видів ресурсів; застосування у процесі виробництва сільськогосподарської продукції передових, екологічно безпечних та високопродуктивних технологій; забезпечення процесів збільшення (розширення, примноження), відтворення та оновлення виробничого потенціалу.

#### **Література:**

1. Бойківська Г.М. Напрями підвищення ефективності використання виробничого потенціалу переробних підприємств системи АПК: монографія. Тернопіль, 2012. 238 с.
2. Єрмаков О.Ю. Виробничий потенціал сільськогосподарських підприємств та напрями його розвитку. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). № 4 (24), 2013. С. 9-13.
3. Каширська О.М. Методичні та організаційно-економічні засади формування потенціалу підприємства. URL: [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2009/Economics/44142.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2009/Economics/44142.doc.htm)

**Галат Л.М.**

*к.в.н., доц.*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
м. Херсон, Україна*

## **АГРОМАРКЕТИНГ НА РИНКУ СВІЖОЇ ПЛОДОВООВОЧЕВОЇ ПРОДКЦІЇ**

Як і для будь-якої продукції, для просування до споживачів свіжої плодоовочевої продукції можуть застосовуватися уже усталені підходи, які охоплюють заходи, так званого комплекс маркетингу, до якого входять чотири основних елементи (4Р – маркетингу): продукт (тобто товар, котрий виробляє підприємство, з точки зору забезпечення його належної якості, асортименту, обсягу, тощо); ціна (тобто визначення ціни на основі усвідомлення конкурентного характеру ринку, установлення обґрунтованих знижок або надбавок до ціни тощо); розподіл та збут продукції (визначення необхідної кількості оптових та роздрібних посередників, через яких відбувається збут продукції та її транспортування); просування продукції на ринку (тобто діяльність, спрямовану на формування позитивного ставлення споживачів до продукції за допомогою реклами, виставок, ярмарок та інше) [1, с.303].

Виходячи з цих теоретичних засад система маркетингової активності по просуванню продукції плодоовочівництва до споживачів надзвичайно широка та багатогранна, тому що галузь овочівництва в Україні виробляє великий перелік продукції як свіжої так і переробленої та відкладеної на зберігання. На маркетинг овочів також впливають технології та умови їх вирощування, зберігання, переробки, транспортування, споживання та ін.

Іншою особливістю ринку овочевої продукції є надзвичайно велика різноманітність продуктів, які відносять до овочевих, включаючи овочеві консерви, соління, сушіння та інше. Так, тільки на території України вирощується понад 100 видів овочевих культур, але найпоширеніших близько 40. Втім, з роками асортимент розширюється за рахунок культивування агровиробниками екзотичних овочів.

На вибір маркетингової активності товаровиробників впливає структура і рівень інтенсивності технологій при виробництві, локалізація виробництва і реалізації, логістика, ємність ринку, купівель спроможність і переваги споживачів.

Так, загальна ринкова пропозиція плодів, ягід представлена продукцією вітчизняного виробництва на рівні 75-77% та імпортом – переважно об'єктивно необхідні постачання (цитрусові і банани). У 2020 році рівень виробництва плодів і ягід в Україні становив 2023,8 тис. тонн. Основні їхні обсяги одержують господарства населення, зокрема у 2020 році це 83,2% або 1683,4 тис. тонн. Причому частка вирощених ними плодів становила 82,7%, ягід – 89,6%. [2, с. 8]. Виробництво овочів в рази більше, проте, структура виробництва також тяжіє до дрібно товарності. Зокрема, валове виробництво у 2020 році склало овочів 9652,8 тис. тонн та картоплі 20838,0 тис. тонн, причому питома вага господарств населення склала відповідно 84,6% та 98,1% [3].

За даними Мінагрополітики в Україні налічується близько 4,1 млн особистих селянських господарств, їхній внесок в обсяги валової продукції сільського господарства становить понад 46%. За багатьма продуктами ОСГ займають провідні позиції. Зокрема, вони вирощують 98% картоплі, 85% овочів, 86% фруктів [4, с.83].

Зазначені передумови формують вибір маркетингових заходів для просування продукції на ринок та можливості чи обмеження у їх застосуванні.

Маркетинг починається з продукту. Система маркетингу плодів та овочів при виборі сортів та гібридів має враховувати не лише їх потенціал для транспортування та зберігання, а і етнокультурні особливості потреб споживачів на цільових ринках, традиції харчування, спосіб продажу, тощо.

Під просуванням продукції до споживача варто розуміти діяльність підприємства, спрямовану на стимулювання попиту на вироблену продукцію і на формування позитивного іміджу самого підприємства. До основних функцій просування необхідно віднести: створення позитивного образу продукції і формування інтересу до неї з боку покупців; інформування про якісні характеристики продукції (користь, смакові характеристики, екологічна чистота та ін.), ціну, можливі місця придбання; допомога у знайомстві з новим продуктом, підтримці популярності тих, що вже існують; забезпечення зацікавленості учасників каналів руху товару. Сучасна маркетингова практика пропонує широкий вибір інструментів просування продукції на ринку. Головний з них - це реклама [5]. Проте, набір рекламних заходів тут обмежений. Рекламу товаровиробників можуть дозволити собі лише великі підприємства або об'єднання товаровиробників, але їх дуже мало. Частіше елементи реклами нанесені на пакуванні, що дуже розповсюджено у цьому секторі. Для великих виробників розповсюджується орендування, через використання власних або локальних назв, імен тощо.

Також на сучасному свіжому ринку для ефективного просування плодоовочевої продукції використовують інші маркетингові комунікації: стимулювання збуту - короткострокові заходи із залучання покупців (знижки, безкоштовні зразки, дегустація, активна пропозиція: конкурси,); стимулювання торгових посередників, власного персоналу; особистий продаж - усне представлення товару або послуги з метою продажу в ході бесіди з одним або декількома потенційними покупцями; виставки, ярмарки, туристичні тури з харчовими або купівельними заходами;

**Література:**

1. Економіка підприємства: Навч. Посіб. / А.В.Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; за ред. А.В. Шегди. К.:Знання-Прес, 2002. 335 с.
2. Сало І.А. З'їсти - не з'їмо. Садівництво по-українськи. 2021. №3. С .8 – 12.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Розділ «Сільське господарство» [Електронний ресурс]. – URL: //http://www.ukrstat.gov.ua/.
4. Карпенко О. Друга хвиля агрокластерів в Україні. Агроіндустрія.2019. №1.
5. Писаренко В.В. Маркетинг овочної продукції (методические и практические аспекты): Особенности продвижения овочной продукції – URL: <https://agromage.com/book.php?id=2>

**Гриліцька А.В.,***к.в.н., доцент***Пилипенко І.С.***Черкаський державний бізнес-коледж,  
Черкаси, Україна***МІЖНАРОДНИЙ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ОБЛІКУ ДОХОДІВ**

На сьогоднішній день Україна знаходиться на шляху міжнародної трансформації. Тому необхідні зміни в різних сферах, зокрема в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Вітчизняні підприємства почали застосовувати у своїй роботі Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, що надає їм перспективи для співпраці з міжнародними компаніями.

Дохід відіграє важливу роль в діяльності підприємства, тому необхідно розглянути, як вітчизняна практика обліку доходів відрізняється від міжнародної.

Різні науковці досліджували особливості обліку доходів у міжнародних та національних стандартах. До таких вчених належать Ф. Бутинець, С. Голов, Т. Сльозко, О. Губачова, В. Костюченко, Ю. Кузьмінський, В. Палій, Я. Соколов та інші [1].

Фінансові результати кожного підприємства залежать від розміру доходу, який він отримує від своєї діяльності. Тому важливо розглянути та співставити МСБО 18 «Дохід» та П(С)БО 15 «Дохід»

Для складання інформації про прибуток підприємства та його розкриття у національній бухгалтерській фінансовій звітності використовують П(С)БО 15 «Дохід», а за кордоном – МСБО 18 «Дохід».

В МСБО 18 «Дохід» доходом є збільшення економічної вигоди протягом звітного періоду у формі збільшення власного капіталу внаслідок збільшення притоку або корисності активу або зменшення зобов'язання, відмінного від вкладу власного капіталу [2].

П(С)БО 15 «Дохід» не визначає точно термін «дохід». У вітчизняному бухгалтерському обліку визначення доходу може бути отримано зі Звіту про фінансові результати, де дохід розглядається як збільшення економічної вигоди або зменшення зобов'язань у формі доходу, що призводить до збільшення власного капіталу. МСБО 18 має схожі з П(С)БО 15 критерії визнання доходів, які полягають в тому, що економічні вигоди є ймовірними.

Згідно до обох стандартів доходом не визнають: податки та обов'язкові платежі, що перераховуються до бюджетних та позабюджетних фондів, суми доходів за договорами комісії, агентськими договорами та іншими подібними договорами на користь комісії. П(С)БО 15 «Дохід» також не визнає передоплати; депозити або погашення кредитів, якщо це зазначено у відповідному договорі; доходи від первинного розміщення цінних паперів [3].

Згідно з національним положенням доходи поділяються на наступні категорії:

- 1) дохід від реалізації продукції;
- 2) інший операційний дохід;
- 3) фінансовий дохід;

4) інші доходи;

5) надзвичайний дохід.

МСБО 18 «Дохід» не має класифікації доходів, але визначає такі різновиди доходів, як:

1) дохід від надання послуг;

2) дохід від реалізації;

3) роялті, відсотки, дивіденди [3].

До відмінностей між обліком доходу в міжнародній та вітчизняній практиці відносять, наступне:

- відповідно до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку при визнанні доходу враховується не тільки юридична природа господарської операції, а й економічний зміст;

- відповідно до Національних положень (стандартів), відмінність має місце, коли товар продається по гарантії. Дохід визнається на дату продажу, хоча майбутні витрати можуть бути понесені за гарантією [4].

Дохід в обох положеннях оцінюється за справедливою вартістю, сума на яку можливо обміняти актив або погасити зобов'язання між свідомими та бажаними сторонами в угоді між вільними сторонами. В МСБО 18 «Дохід» вказано, що справедлива вартість отриманої винагороди визначається через дисконтування всього майбутнього доходу з застосуванням умовної процентної ставки, яка найбільш точно визначиться з одного з наступного:

1) домінуюча процентна ставка за аналогічними інструментами емітента з подібними процентними ставками за кредитами;

2) відсоткова ставка, що дисконтує номінальну суму компенсації інструменту до поточної ціни продажу валюти [4].

Отже, П(С)БО 15 «Дохід» і МСБО 18 «Дохід» мають багато спільних критерій, таких як: визнання, оцінку та подання доходу, що однаково інтерпретуються в обох стандартах. Але є певні відмінності, а саме деякі питання класифікуються та висвітлюються по-різному.

Міжнародні стандарти не лише узагальнюють досвід різних країн, а й мають позитивний вплив на розвиток системи національних рахунків. У сучасних умовах слід бути обережними з процедурами визнання доходу, оскільки невиконання однієї з цих умов не дає право підприємству збільшити свій дохід. Якщо виникає проблема з тлумаченням того чи іншого питання, необхідно звернутися до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, П(С)БО 15 «Дохід» потребує доопрацювання з точки зору роз'яснення критеріїв визнання доходу та надання практичних порад щодо його застосування.

#### **Література:**

1. Лукін В.О., Сулименко К.С. Порівняльна характеристика П(С)БО 15 ТА МСБО 18 щодо розкриття інформації з обліку доходів. Наукове мислення. 2022. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/42-dvanadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/167-porivnyalna-kharakteristika-p-s-bo-15-ta-msbo-18-shchodorozkrittya-informatsiji-z-obliku-dokhodiv>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18). Дохід IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_025](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_025)
3. Присяжнюк С.В., Баштова А. В. Порівняння ПБО та МСБО «Дохід»: спільні та відмінні риси. URL: [http://www.rusnauka.com/30\\_NIEK\\_2011/Economics/7\\_95818.doc.htm](http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/7_95818.doc.htm)
4. Васильєва Г.В., Семенюк Д.Ю. Облік доходів і витрат: напрями гармонізації міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Економічний простір. №147. 2019. С. 128-139  
URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/3677/1/Vasilyeva.pdf>

**Желуденко К.В.***асистент**Херсонський державний аграрно-економічний університет**Херсон, Україна*

## **КЛАСТЕРИ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ**

У сучасних умовах ринку у малих та середніх аграрних підприємств виникають труднощі з виробництвом конкурентоспроможної продукції при використанні традиційних методів. Більшість агроваровиробників не мають можливості самостійного оновлення потрібної кількості техніки, відносно швидко покращувати якісний склад сільськогосподарських тварин, опанувати новітні технології. Значний внесок в науково-дослідні розробки і модернізацію капіталу в аграрному комплексі здійснюється лише обмеженою кількістю великих підприємств. У таких умовах набувають важливого значення кластери, що виступають однією з інноваційних форм пристосування економічного механізму функціонування підприємств аграрного сектору до умов конкуренції.

Досвід розвинених країн показує, що ті аграрні підприємства, які об'єдналися в кластери, сформували більш стійку конкурентоспроможність в довгостроковому періоді. В останні роки проблеми стратегічного розвитку кластерів, ролі ринкової інфраструктури у їх формуванні, підвищення конкурентоспроможності економіки в умовах глобалізації за рахунок формування кластерів все більше приваблюють увагу вітчизняних науковців, серед яких С. Кваша, Ю. Лупенко, М. Малік, В. Месель-Веселяк, П. Саблук, О. Шпикуляк та інші.

Головна відмінність кластерів від інших організаційно-правових форм об'єднань підприємств полягає у територіальній локалізації, об'єднанні у єдиний механізм процесів кооперації та конкуренції, і поєднання підприємств різних галузей – від вивчення ринку до виробництва та реалізації продукції. Кластери дозволяють підвищувати конкурентоспроможність підприємств та продукції, забезпечувати ефективну організацію інноваційних процесів, скорочувати витрати на виробництво та підвищувати рентабельність; збільшувати об'єм залучених інвестицій; розвивати та укріплювати взаємовідносини між бізнесом, наукою та державою [4, с. 259]. Також можна додати постійне удосконалення виробництва продукції, підвищення її якості та безпечності за рахунок синергетичного ефекту; потенційну можливість у створенні нових робочих місць і забезпечення постійної зайнятості; спільну реалізацію інтересів учасників кластера; зростання ринкової частки реалізованого товару; юридичну та економічну самостійність учасників [2; 5, с. 334].

Концепція та програма розвитку кластерів ґрунтується на конкурентній стратегії підприємств аграрного сектору та має бути ув'язаною зі стратегією соціально-економічного розвитку країни. При цьому основні підходи полягають у розвитку мережі установ; підтримці спільних досліджень; розвитку маркетингових робіт; наданні специфічної кластерної інформації; розвитку необхідних навичок та навчальних програм. Діяльність інноваційних кластерів направлена на розробку, виробництво та впровадження інноваційної продукції. Для них є характерним більш раціональне використання ресурсів всіх учасників кластеру (природних, сировинних, трудових, фінансових, технічних, інформаційних, інтелектуальних, інноваційних) та наявність наукового потенціалу, що в результаті сприяє підвищенню конкурентоспроможності інноваційної продукції [3, с. 174].

Кластер – це економічне поняття, він не є юридичною особою. Структура кластеру представляє собою мережу постачальників, виробників, споживачів, елементів промислової інфраструктури, науково-дослідних інститутів. Аграрні підприємства можуть стати учасниками аграрного (агропромислового) кластера. Вони тісно взаємодіють для створення ефективного виробництва конкурентоспроможної продукції, але при цьому конкурують між

собою. Органом, який об'єднує підприємства-члени кластеру, є рада, яка здійснює координаційні, аналітичні та подібні їм функції. Вона формується з керівників підприємств та представників регіональних управлінських структур та співпрацює з державними, управлінськими й іншими структурами регіону та держави. Поточна діяльність кластера здійснюється виконавчою адміністрацією. Координаційна рада та виконавча адміністрація проводять основну діяльність кластера, що полягає у виконанні закінченого циклу робіт та розробці технологій щодо ефективного виробництва певного виду продукції [1, с. 180].

Отже, кластерний підхід відкриває великі перспективи у впровадженні його в агропромисловий комплекс. Створення кластерів дозволить підприємствам-виробникам ефективно реалізувати власні конкурентні стратегії за рахунок зниження собівартості продукції та впровадження інновацій. Така форма об'єднання сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору як на вітчизняному так і на світовому ринках.

#### **Література:**

1. Важинський Ф.А., Молнар О.С. Кластеризація – фактор конкурентоспроможного виробничо-господарського потенціалу та ефективного розвитку сільських територій. *Соц.-ек.проблеми сучас.періоду України*. 2013. Вип. 6(104). С. 175 – 181.
2. Вишневіська О.М., Наумова А.Ю. Теоретичні аспекти і практичні особливості розвитку кластерних структур аграрного сектора економіки у контексті підвищення конкурентоспроможності. *Вісник Харківського національного аграрного університету*. 2013. №5. С. 28 – 33.
3. Матьовка Т.В. Формування та розвиток кластерів у пріоритетних сферах економіки регіону : дис. канд. екон. наук : 08.00.05. Ужгород, 2016. 222 с.
4. Орлик О.В. Кластери як інноваційна форма розвитку агропромислового виробництва. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Випуск 1 (44). С. 258 – 265.
5. Петрова Н.О. Функціонування кластерних об'єднань як засіб забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 334 – 340.

**Кириченко Н.В.,**

*к.в.н., доцент*

**Алещенко Л.О.**

*асистент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет, Херсон, Україна*

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ**

Питання Інтернет-маркетингу є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Особливу увагу теоретичному змісту та практичним питанням розвитку Інтернет-маркетингу в Україні приділили такі вітчизняні науковці: Балабанова Л.В., Балабанова І.В., Холод В.В. [1-2], Дудчинська Н.І., Склема Г.В. [3], Добренко О.О. [4]. Дослідженням тенденцій розвитку віртуальної економіки та питанням формування й специфіки маркетингу в Інтернет-просторі присвячено праці Армстронга Г., Котлера Ф. [5], Хенсона У., Хартмана А., Еванса Дж. та інші.

З глобальним розвитком інформаційних технологій, доступність для кожної людини смартфонів та планшетних комп'ютерів, зростанням відсотку населення, котре активно користується мобільними пристроями та ПК для комунікації та пошуку будь-якої інформації в мережі інтернет, виробники та дистриб'ютори слідом за провайдерами сфери послуг почали активно застосовувати технології інтернет-маркетингу для збуту продукції. Доцільно

зауважити, що раніше увага приділялась таким дорогим маркетинговим інструментам, як розвиток та просування інтернет-сайту, дослідження ринку (конкурентного середовища, товарів та споживачів), створення та SEO-просування інтернет-магазинів, то по мірі зростання конкуренції в інтернет-просторі акцент виробниками наразі перенесено в сферу соціальних мереж та вірусного маркетингу.

Найактуальнішими інструментами в інтернет-просторі на сьогодні вважаються:

- контекстна реклама (Google Adwards);
- таргетована реклама (Facebook, Instagram, YouTube);
- банерна реклама;
- SEO-оптимізація (просування в пошукових системах);
- SMM (Social Media Marketing – просування в соціальних мережах);
- E-mail-розсилка.

Змінились й погляди інтернет-маркетологів на функції сайту й каналів його просування. Головними критеріями оцінки інструментів інтернет-маркетингу стали:

- витрати (рівень конверсії та вартість ліду);
- тривалість (швидкість настання ефекту й можливість його збереження на тривалий термін);
- системність (необхідність витрат часу на регулярні дії по роботі з інструментом);
- цільовий показник (можливість підвищити найбільш відстаючий показник в роботі з аудиторією).

Пандемія COVID-19 внесла суттєві зміни у всі сфери економіки, викликавши стагнацію та спад одних сегментів та зріст в інших. Найбільш сильно постраждали: туристичний бізнес, бронювання апартаментів; готельно-ресторанний (HoReCa) бізнес; роздрібна торгівля непродуктової групи; імпорт в різних сферах; рекламний бізнес; освіта; івент-бізнес; сфера розваг й послуг; окремі B2B напрями.

Падіння попиту допускає можливість зниження витрат на активну рекламу, але стимулює створення ресурсної подушки для швидкого старту після кризи. Мова йде про маркетингові ресурси, які можна активно використовувати в довгостроковій перспективі, тобто можливостях для підвищення рівня рентабельності інвестицій в маркетинг та перегляду каналів просування товару.

Всі галузі економіки та сфери послуг, котрі продовжують функціонувати, активно почали переходити в on-line й розвивати канали інтернет-просування, з акцентом на SMM та e-mail розсилки. В залежності від ситуації на ринку оптимізуються й пости виробників.

В Україні найбільший спад трафіку й он-лайн продажів особливо помітний в наступних нішах: автомобілі та супроводжуючі товари; бренди й товари преміум класу; квіти, подарунки; подорожі (тури, путівки, оренда житла, квитки на всі види транспорту).

Наразі основним джерелом трафіку для нативної реклами стали соціальні мережі. Так кількість рекламних постів виросло більш ніж на 50% до середнього об'єму.

Також прогнозовано зріст показник часу, проведеного користувачами в соціальних мережах, наприклад Facebook повідомив про подвійне зростання трафіку водночас показники залучення й загальні обсяги реклами впали.

Споживачі більше часу проводять в мобільних додатках, а платять при цьому менше. Значне зростання трафіку відобразились на застосунках в категоріях бізнес, освіта, ігри, спорт та здоров'я та платформи для спілкування (соціальні мережі, програми для знайомств та комунікації).

Отже зробивши аналіз ситуації, що склалася можна зробити висновки, що кожен сегмент бізнес середовища для більш успішного функціонування має прагнути перейти в on-line простір збільшити якісний та кількісний показник конекту з клієнтами в соціальних мережах тощо.



### **Література:**

1. Балабанова, Л.В., (2014). Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Моногр. Фінансово-кредитна система України в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів. 301 с.
2. Балабанова, Л.В. Холод, В.В. & Балабанова, І.В. (2019). Стратегічний маркетинг. Підручник К :ЦНЛ, 612 с.
3. Дучинська, Н. І., & Склема, Г. В. (2017). Інтернет-маркетинг в Україні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка, (25, вип. 11 (1)), С. 89-92.
4. Добренко, О. О. (2017). Інфраструктурні аспекти інтернет-маркетингу в Україні. Економіка і менеджмент культури, С. 69 - 73.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К:Діалектика, 2020. 880 с.
6. Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Клієнтоорієнтовані стратегічні вектори агробізнесу на продовольчому ринку в умовах глобальних викликів. Ефективна економіка. 2021. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9575> (дата звернення: 10.12.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.101
7. Жосан Г.В. Аналіз результативності інструментів маркетингових комунікацій. Таврійський науковий вісник: Серія Економіка. 2022. Вип. 11. С. 32-40 <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/227/222>

**Павлішина Н.М.**

*к.в.н., доцент*

*НУ «Запорізька політехніка», Запоріжжя, Україна*

## **МАРКЕТИНГ ЕКО-ТОВАРІВ**

Тенденцією номер один у світі є орієнтація на захист навколишнього середовища. Кліматологи, екологи, агрономи, небайдужі споживачі, які об'єднуються у організації закликають до більш відповідального споживання ресурсів та мінімізацію ризиків для довкілля.

Цю тенденцію розвивають як провідні компанії України так і невеликі підприємства малого та середнього бізнесу. Вони не тільки переорієнтовують виробництво на екологічність, але й ведуть активну просвітницьку діяльність серед споживачів, що призвело до популяризації екологічного маркетингу.

Екологічний маркетинг – це націленість на збереження екології, оптимізацію ресурсів і мінімізацію забруднення навколишнього середовища. Сьогодні науковці виділяють окремий напрям в маркетингу – маркетинг екологічних товарів і послуг [3]. Це особливий вид маркетингової діяльності, що передбачає орієнтацію усієї діяльності, від розробки товару-новинки до його утилізації, на формування та задоволення екологічно орієнтованого попиту.

Серед науковців немає єдиного визначення цьому виду маркетингу, тому зустрічаються назви «зелений маркетинг», «еко-маркетинг», «еко-брендинг» і т.п. Однак всі ці дефініції об'єднують одне: орієнтація бізнес-процесів компаній на вимоги екологічно сталого соціально-економічного розвитку, які проявляється у трьох напрямках:

- економічний. Передбачає формування попиту на еко-товари на рівні, що є задовільним для покриття витрат на виробництво, просування, продаж та утилізацію еко-товарів та забезпечує бажану норму рентабельності;

- управлінський. Передбачає використання однієї з двох стратегій: адаптивної або експансіоністської. За першої стратегії компанія гнучко реагує на зміну значення екологічних властивостей товару для споживача, вона коригує свою товарну політику у відповідності до змін, які відбуваються на ринку. За другої стратегії, компанія йде на ризик, змінюючи екологічні властивості товарної пропозиції, впроваджуючи екологічні інновації, прагнучи не тільки задовольнити попит, але й вплинути на його становлення. Стратегія передбачає випередження ринкових змін, створення сегменту під продукцію;

- психологічний. Передбачає створення і впровадження різних видів екологічних нововведень, які спричинять зміни як у підприємницькому процесі загалом, так і в особистості підприємця та споживача [1].

Ключовим аспектом екологічного маркетингу є – еко-товар. Його класифікують наступним чином:

- екологічно нейтральний товар – його виробництво, споживання та утилізація не становлять загрози для оточуючого середовища;

- екологічно спрямований товар – його виробництво, споживання та утилізація позитивно впливають на оточуюче середовище [2, с. 134].

Суб'єктами екологічного маркетингу є споживачі з переважно високим та вище середнього рівнем доходу, які є новаторами та забезпечують первинний попит. Згодом до них приєднуються споживачі із середнім рівнем доходу. Віддаючи перевагу екологічним товарам споживач користується переважно такими мотивами як:

- раціональні. На перший план виходять якість продукції, економічність використання, збереження здоров'я та лікувальні властивості тощо;

- емоційні. Серед мотивів цієї групи переважають: стиль життя, прагнення бути у тренді здорового способу життя, страх перед шкодою для здоров'я, прагнення захистити свою родину тощо;

- моральні. Полягають у бажанні зберегти природне середовище, піклуванні про майбутні покоління, про придатність до використання земельних, водних та інших природних ресурсів.

Тож серед основних цілей компаній, що орієнтують маркетингове управління на екологізований попит можна виділити:

- завоювання лояльності споживачів та партнерів;

- орієнтацію технологій виробництва і самих товарів для задоволення екологічно орієнтованих потреб споживачів та суспільства у цілому;

- еко-PR, спрямований на громадськість, партнерів, ЗМІ та споживачів;

- підтримку екологічно спрямованих інновацій;

- підтримка стартапів і громадських ініціатив, спрямованих на захист навколишнього середовища

- інтенсифікація збуту продукції та отримання додаткового прибутку за рахунок екологізації виробництва [3].

Діяльність екологічного маркетингу має проявлятися не тільки у пропозиції еко-товарів, але й у формуванні відношення до еко-товарів, розуміння їх особливості, сталих набуття патернів поведінки, усталених суспільних стереотипів, що споживання. Таким чином підвищиться ефективність еко-маркетингу та загальний добробут.

#### **Література:**

1. Паламарчук О. М. Соціально-особистісні фактори екологічно орієнтованого підприємницького вибору. Актуальні проблеми психології. 2019. Т.7, вип.37. С.144-153. URL : <http://appsychology.org.ua/data/jrm/v7/i37/18.pdf>
2. Пантелімон О., Шпилик С. Еко-маркетинг: сутність та значення для сучасного суспільства. URL : [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16311/2/Conf\\_2016\\_Pantelimon\\_O-Eco\\_marketing\\_essence\\_134-135.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16311/2/Conf_2016_Pantelimon_O-Eco_marketing_essence_134-135.pdf)
3. Тренд на турботу про екологію: хто використовує це в маркетингу. Брендінгова агенція Koloro. URL : <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/trend-na-zabotu-ob-ekologii.html>

Романюк І.А.

*Д.в.н., доцент  
Державний біотехнологічний університет,  
Харків, Україна*

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ**

Поведінкова економіка – це напрям досліджень, який вивчає вплив різних факторів на економічну поведінку людини та прийняття рішень. Ми частіше діємо ірраціонально, піддаючись емоціям чи настрою, не аналізуємо всі можливі опції, не враховуємо ризики, не слідуємо корисливим цілям [1, с. 130]. Ці та інші «збої» у поведінці ставлять під сумнів тези «неокласичної економіки» про раціональність та прагматичність людства та активно використовуються брендами, щоб просувати товари та стимулювати на них попит. Принципи поведінкової економіки та реальний досвід компаній:

1. Страх втратити. Ми боїмося втратити річ набагато сильніше, ніж радіємо покупці. Нам складно розлучитися навіть із непотрібною річчю. Твердження «Ми повернемо гроші, якщо товар не сподобався» допомагає подолати цей страх. Покупець інстинктивно перестає боятися пробувати нове, бо впевнений у поверненні витрачених коштів. Фактичне повернення товарів зазвичай не перевищує те, що спостерігається в категорії, а продажі тим часом зростають.

Ще один метод проти страху втрати – пробний період. Телеком-оператори надають безкоштовну послугу на певний час. Користувачі тестують послугу, а потім платно продовжують: хтось забуває про підписку, а комусь просто шкода втратити опцію, отриману задарма.

2. Соціальний «лайк». Ми довіряємо продуктам, які протестували тисяча людей чи схвалили експерти. «Експертна думка» використовується брендами як гарант якості. Так, Blend-a-med Pro-Expert каже, що зубна паста компанії розроблена зі стоматологами, тобто професіоналами, а косметичний бренд La Roche-Posay використовує клейм «Рекомендують понад 25000 дерматологів». Так компанії підтверджують високий статус та авторитетність. Соціальне схвалення мотивується через такі висловлювання, як «народна марка», «вибір №1».

3. Почуття дефіциту. Ми хочемо мати те, чого в нас немає, і менше цінуємо те, що маємо. Багато електронних брендів (Apple, Samsung, Huawei) випускають оновлені релізи продуктів кожен сезон не випадково: так вони додають неповторності товару, навіть якщо він майже не відрізняється від попередньої моделі. Ще одним ефективним методом, що створює ажіотаж навколо продукту, користуються автомобільні виробники та спортивні бренди: вони випускають лімітовану серію старої моделі або капсульні колекції, колаборації в обмеженій кількості, за якими вишиковуються гігантські черги. Черги також підтримують відчуття дефіциту та мотивують споживачів спробувати продукт, незважаючи на витрачений час.

4. Особистий внесок. Ми цінуємо продукт набагато більший, якщо вклали в нього частинку себе. Хоч би як лірично це звучало, але персоналізований підхід дарує споживачеві почуття унікальності. Так, бренди одягу (Uniqlo, Levi's) або спортивні марки (Nike, Adidas) пропонують споживачам кастомізувати річ під свій стиль, використовуючи улюблені матеріал та колір. У цій ситуації емоційний зв'язок із товаром збільшується: людина відчувається дизайнером, творцем одягу. Тренд на персоналізований підхід спостерігається й у гастрономічному бізнесі.

5. Важко вибрати. Чим більший вибір, тим складніше його зробити і тим нещасливішими ми стаємо. Це порочне коло призводить до FOMO – боязні пропустити щось суттєве. Соціальні мережі посилюють цей страх: ми постійно оновлюємо стрічки, стежимо за «друзями» та хочемо бути у тренді. Якщо щось пропущено, то з'являється фрустрація. Щоб

позбавити нас цього стану, компанії відмовляються від численних варіантів і обмежують лінійку товарів. Цей принцип задіяний у ресторанах із мішленівськими зірками, де гостям пропонують заздалегідь підготовлені фірмові сети.

6. Якір для покупця. У споживача не завжди є час, щоб вивчити інформацію про товар із категорії, з якою він стикається вперше. Для цього компанії самі роблять перший крок і забезпечують покупців першою інформацією (якорем) або пробним продуктом. У цій кампанії беруть участь Ramper's: батьки новонароджених одержують підгузки у подарунок.

7. Простіше, та краще. Цей принцип характерний для комплексних послуг, наприклад, у банківському середовищі або купівлі квитків у авіаперевізників. Ми легко сприймаємо і швидше вирішуємо складні завдання, поділені на кілька етапів. Щоб споживач точно придбав послугу – отримав кредит чи оформив картку, банки поділяють масштабну роботу на кілька простих кроків. Так людині легше рухатися до мети та сприймати процес.

8. Публічна відповідальність. З розвитком соціальних мереж відповідальність за громадські події різко зросла. Деякі перестають курити чи пити каву, пообіцявши це своїм «підписникам», інші беруть участь у численних флешмобах та челенджах. Бренди не відстають від користувачів і включаються до «перегонів» онлайн-активностей.

#### **Література:**

1. Солодухін С.В., Шайтанова Є.С. Сучасні підходи до аналізу впливу поведінкових факторів в управлінні економічними об'єктами. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 15 (2). С. 129-132.
2. Бабко Н. М., Мандич О. В., Сєвідова І. О., Романюк І. А., Квятко Т. М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
3. Романюк І., Азізов О., Заїка О., Мандич О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. Університетські наукові записки. 2020. № 3-4 (75-76) С. 101-108.

---

**Section 5.**  
**MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS  
AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CONTEXT  
OF GLOBAL DIGITALIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS AS TOOLS  
FOR THE DEVELOPMENT OF A CIRCULAR ECONOMY**

---

**Bedianashvili G.**

*Doctor of Economic Sciences,  
Academician of the Academy of Economic Sciences;  
Professor (associate) at the Ivane  
Javakhishvili Tbilisi State University;  
Professor at the European University;  
Tbilisi, Georgia*

**MODERN GLOBAL CHALLENGES AND UNCERTAINTY FACTOR  
IN MANAGEMENT**

Growing processes of socio-economic uncertainty are accelerating globalization, which, along with additional opportunities, poses new challenges for each country [1]. This has been clearly observed, for example, in the form of a complex effect of local and global pandemic factors over the past two years.

The analysis of the dynamics of global processes shows that the uncertainty (socio-economic uncertainty) regarding the current trends in the development of society will be maintained in the short and long term. All of this will probably create new sources of global challenges and risks unknown to us. The development and application of knowledge-based decision-making mechanisms, through significant improvements in long-term forecasting, is becoming relevant.

Accordingly, the public sector (the state as a subject) should be responsible for an active policy focused on the long-term sustainability of society through the involvement of institutional factors. The pandemic has clearly shown that the capacity and ability of the public sector to successfully cope with both crisis and post-crisis recovery tasks is crucial for governments [2,3].

The analysis of the global challenges of the modern period provides the basis for identifying a number of new features. Current processes lead to the emergence of new important factors (disruption of the supply chain, the need for new understanding and formation, the need to increase the resilience of the economies of individual countries, etc.). In addition, these features are characteristic of the modern world as a whole, of the world economy, as well as of individual national economies. Here we can distinguish three important factors - pandemic, war, and sanctions. As Academician Vladimer Papava notes, the global environment is transforming from turbulent to confrontational [4].

The modern global environment is characterized by a particularly high degree of uncertainty related to ongoing processes in various areas of life that go beyond their specific narrow areas and are often of great importance in other areas, sometimes leading to crisis shocks [5]. A clear example of this is the COVID-19 pandemic itself. The pandemic has proven that a similar phenomenon can cause significant shock effects not only in the economy but also in other areas of society. A sad example is a war, with its appalling humanitarian consequences. The current and far-reaching

consequences of sanctions will also have dire consequences and will naturally lead to radical changes in the global economy.

The experience of the pandemic period and recent events have shown us that effective mechanisms are of great importance in the decision-making process and in the stage of their immediate implementation. The formation and implementation of socio-economic policy as a whole system should be aimed at solving these challenges and related problems [5]. It is important that this policy, with the involvement of relevant institutional actors in governance structures, contributes to the long-term sustainability of society, which is of particular importance in the context of today's global challenge and increased uncertainty.

#### **References:**

1. Bedianashvili, G. (2021a) Macroeconomic and Cultural Determinants of the COVID-19 Pandemic Crisis. Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences. 15 (2), 191-197.
2. Bedianashvili, G. (2021b) The Socio-Economic Effects of Covid-19 and the Challenges of Economic Uncertainty. Materials of VI International Scientific Conference: Challenges of Globalization in Economics and Business. Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Economics and Business Faculty. 34-38 (In Georgian).
3. Bedianashvili, G. (2022) The Covid-19 Pandemic, Globalization, and the Socio-Economic System of the Country (Macro Aspect). Materials of International Scientific Conference: Covid 19 Pandemic and Economics. Tbilisi, Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Economics and Business Faculty. 38-42.
4. Papava, V. (May 23, 2022) Pandemic, War and Economic Sanctions: From Turbulent to Confrontational Globalization. Eurasia Review.
5. Strategies of Socio-Economic Development and Mechanisms of Their Implementation in the Conditions of Economic Uncertainty and Globalization Changes (2021) Editor: Yurii Kirilov; Givi Bedianashvili; Ganna Zhosan; Quji Bichia. Kherson, Tbilisi.

**Білоусова Т.П.**

*старший викладач*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,*

*Херсон, Україна*

## **МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РИНКУ КОНКУРУЮЧИХ ТОВАРІВ В УМОВАХ ЗАПІЗНЕННЯ ПОСТАВОК**

Моделі ринку будуються за принципом конкурентної рівноваги, про яку було згадано у роботах Вальраса [1], а пізніше у роботах Ерроу-Дебре [2], Маккензі, Гейла, Никайдо [3]. Розвиваючи цю тему, розглядається динамічна математична модель ринку конкуруючих товарів при лінійній залежності вектора попиту на товари від вектора їх цін в умовах запізнення поставок товарів на ринок. Вирішується завдання оптимізації стратегії постачання товарів на ринок на припущенні детермінованості попиту. За критерій оптимальності функціонування ринку приймається максимальний прибуток продавця від продажу кожного виду товару з урахуванням впливу цін конкуруючих товарів на попит товару кожного виду.

Отримано нелінійні рестриктивні (підпорядковуються обмеженням типу нерівностей) різниці рівняння, що описують у дискретному часі динаміку векторних змінних стану ринку (цін товарів, споживчого попиту, обсягів продажу, залишків непроданих товарів) залежно від обсягів поставок товарів на ринок [4,5]. Показано, що умовно максимальний прибуток продавця (при фіксованому рівні постачання товарів на ринок) виражається безперервною кусочно-гладкою функцією вектора рівня постачання. Знайдено оптимальну з точки зору максимуму прибутку продавця стратегію поставок товарів на ринок, що враховує поточний та передбачуваний на час запізнення поставок стан ринку (товарного дефіциту, затоварювання ринку або динамічної рівноваги між попитом та пропозицією щодо кожного з товарів). Таким

чином бачимо, що найвищий прибуток продавець може забезпечити лише у зоні динамічної рівноваги ринку, коли пропозиція товару збігається із споживчим попитом у певному діапазоні цін. Також показано, що внаслідок запізнення постачання товарів на ринок побудова та реалізація оптимальної стратегії постачання можливі лише за допомогою віртуальної моделі ринку, що прогнозує стан ринку на час запізнення постачання. Запропоновано алгоритм побудови та реалізації оптимальної стратегії поставок. Модель узагальнює у разі багатьох товарів модель ринку одного товару [4,5].

Проведено чисельне моделювання функціонування ринку конкуруючих товарів в умовах запізнення поставок за оптимальної детермінованої стратегії поставок як за детермінованого попиту на товари, так і при випадкових коливаннях попиту.

#### Література:

1. Walras L. Elements d'Economie Politique Pure. Lausanne, 1874. (Elements of Pure Economies, London, 1954).
2. Arrow K. J., Debreu G. Existence of an equilibrium for a competitive economy. *Econometrica*, 1954, vol. 22, no. 3, pp. 265–290.
3. Козак Ю. Г. Модель Ерроу-Дебре. Прикладні моделі обчислювальної загальної рівноваги (CGE – computable general equilibrium) та динамічної рівноваги DCGE / Ю. Г. Козак, В. М. Мацкул // Математичні методи та моделі для магістрів з економіки. Практичні застосування: навч. посіб. / Ю. Г. Козак, В. М. Мацкул; М-во освіти і науки України, Одес. нац. екон. ун-т. – 2-ге вид. – Київ : Центр учб. літ., 2017. – Розд. 5. – С. 168–174.
4. Білоусова, Т. (2021). Математична модель оптимального ринку одного товару. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (9), 101-108.
5. Білоусова, Т. (2021). Математична модель оптимального ринку. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (8), 70-75.

**Димова Г. О.**

*к. т. н., PhD,  
доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон-Кропивницький, Україна*

## ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВИПАДКОВИХ ПРОЦЕСІВ СИСТЕМ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ В ЗМІННИХ СТАНУ

Для розробки метода ідентифікації і прогнозування стану систем економічної динаміки необхідно введення поняття про завдання випадкового процесу у виді системи зі змінним станом, яку можна використовувати для генерації процесу [1].

Система економічної динаміки, що генерує деякий випадковий процес, в лінійному представленні може бути задана п'ятьма матрицями  $\mathbf{A}(t)$ ,  $\mathbf{B}(t)$ ,  $\mathbf{C}(t)$ ,  $\mathbf{Q}$ ,  $\mathbf{P}_i$ , системою диференціальних і алгебраїчних рівнянь, із заданими початковими умовами [1, 2]:

$$\frac{d\vec{x}}{dt} = \mathbf{A}(t) \vec{x}(t) + \mathbf{B}(t) \vec{u}(t), T_i \leq t \quad (1)$$

$$\vec{y}(t) = \mathbf{C}(t) \vec{x}(t), T_i \leq t \quad (2)$$

де  $\vec{x}(t)$  – вектор стану з розмірністю  $(n \times 1)$ ;

$\vec{u}(t)$  – білий збуджуючий процес з розмірністю  $(p \times 1)$ ;

$\vec{y}(t)$  – процес, що спостерігається, з розмірністю  $(m \times 1)$ .

Рівняння (1) є лінійним рівнянням стану, а (2) – рівнянням спостереження. Матриці  $\mathbf{A}(t)$ ,  $\mathbf{B}(t)$ ,  $\mathbf{C}(t)$  мають відповідно розмірності  $(n \times n)$ ,  $(n \times p)$ ,  $(m \times n)$ .

Вхідний процес  $\vec{u}(t)$  (це може бути динаміка економічних показників системи) має коваріаційну функцію виду [3]

$$E[\vec{u}(t) \vec{u}^T(\tau)] = \mathbf{Q} \delta(t - \tau) \quad (3)$$

Вектор початкового стану є випадковою величиною з коваріаційною матрицею

$$E[\vec{x}(T_i) \vec{x}^T(T_i)] = \mathbf{K}_x(T_i, T_i) = \mathbf{P}_i, \quad (4)$$

де  $E$  – оператор математичного сподівання.

Багато результатів теорії випадкових процесів можна виразити через матрицю коваріаційних функцій

$$\mathbf{K}_y(t, \tau) = E[\vec{y}(t), \vec{y}^T(\tau)] \quad (5)$$

Для розв'язання задачі прогнозування стану систем економічної динаміки необхідно створення бібліотек сигналів, тобто розв'язання прямої задачі, тому далі виконуватимемо процедуру пошуку коваріаційної функції випадкового процесу за його представленням в змінних стану для подальшого рішення проблеми ідентифікації динамічних систем в економіці.

#### Література:

1. Димова Г.О. Методи і моделі упорядкування експериментальної інформації для ідентифікації і прогнозування стану безперервних процесів: монографія. Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2020. 176 с.
2. Димова Г.О. Інформаційний простір об'єкту в системах ідентифікації. *Вісник ХНТУ*. № 4(79), 2021р. С. 85-91.
3. Dymova H. Method for Identification And Forecasting the State of Economic Dynamic Systems. Global aspects of national economy development in the conditions of transformational changes: collective monograph / O.V. Averchev etc. Lviv-Toruń: Liha-Pres, 2021. Pp. 134-153.

**Ларченко О.В.**

*к.с.-г.н., доцент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Технологічні зміни, що характерні для ХХІ століття в частині «зрощування» телекомунікаційних, ІТ технологій та інновацій, зумовили введення в науковий обіг понять «цифрові технології», «цифрова адженда», «цифрова економіка». Остання являє собою тип економіки, що характеризується активним впровадженням і використанням цифрових технологій зберігання, обробкою й передачею інформації в усі сфери людської діяльності. «Цифровий вихор» [1] який утворюють цифрові технології, відкриває унікальні можливості для розвитку нашої економіки та підвищення якості життя громадян. Швидкі та глибинні наслідки від переходу на «цифру» будуть можливими лише тоді, коли «цифрова» трансформація стане основою життєдіяльності українського суспільства, бізнесу і державних установ, буде звичним й повсякденним явищем, буде «нашою ключовою аджендою на шляху до процвітання і основою добробуту України» [2, с. 3].

Метою статті є дослідження основних принципів цифровізації економіки України, які дозволяють цифровій економіці набувати рис авангардного характеру. З'ясування ключових напрямів початкового етапу становлення цифрової економіки, обґрунтування і розкриття



продуктів та послуг, що продукує дана економіка, як інноваційних трендів, серед яких: BioTech, NanoTech, BlockChain, RetailTech, FinTech, LegalTech, Digital-marketing, Grid-технології, GovTech, e-ID.

В епоху цифрової економіки основним ресурсом є невичерпна, точна, надійна, правдива та своєчасна інформація. Основним майданчиком для розвитку цифрової економіки є віртуальна мережа безмежного Інтернету. Цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. При системному державному підході «цифрові» технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів підвищення продуктивності, економічного зростання, створення робочих місць, а також покращення якості життя громадян України [2, с. 5].

Цифрова епоха змінює підхід до ведення бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджером; системам документообігу і управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків. «Цифрові» технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони стають основою продуктових та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Діджиталізація для України носить позитивний соціальний характер, адже зосереджена на поліпшенні якості інфраструктури соціального забезпечення, якості соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги, та скорочення витрат [2, с. 39, 76].

Загальною закономірністю проектів цифрової економіки є орієнтація на конкретного споживача і всебічне використання інформації як рушійного ресурсу, врахування конкретних особливостей конкретного споживача в конкретному місці, і світове використання технологій цифрових трансформацій реальних бізнес-процесів. Таким чином, ці цифрові проекти характеризуються дуже конкретними обставинами їх реалізації в конкретному місці і лише при накопиченні позитивних в економічному плані результатів можуть стати предметом стандартизації та іншої регламентації. Ще однією особливістю побудови дерева цілей трансформацій є реалізація, зрілість можливостей і їх повнота на сьогоdnішньому етапі тих чи інших цифрових проектів і облік ризиків при їх реалізації.

Цифрові перетворення є складним завданням. Країнам, які досягли найвищого рівня цифрової зрілості, довелося вирішувати складні культурні, організаційні, технічні проблеми, і лише облік всіх цих факторів зробив ці трансформації успішними. Для того, щоб стати сьгодні цифровими лідерами в конкретних сферах економіки потрібно виділяти пріоритетні цифрові проекти, які реалізують конкретні організаційні команди. Цифрові команди мають зосереджуватись на трьох ключових функціональних видах діяльності, а саме: розвивати цифрову стратегію, управляти цифровою діяльністю через їхні національні компанії, а також перетворювати в операційну перевагу їх цифрове виконання.

Активне розгортання високошвидкісних мереж залежить від стимулювання з боку держави: зосередивши увагу на формуванні оптимальних ринкових умов, ми маємо створити стимули для могутньої експансії на даному ринку приватного капіталу. Такими ключовими стимулами є ініціативи щодо формування серед громадян України стійких потреб у «цифрових» технологіях через такі сфери, як освіта, медицина, туризм, транспорт, електронне урядування, тощо. Адже кінцева мета - не просто дати громадянам інфраструктуру фіксований широкосмуговий доступ (ШСД), а зробити так, щоб у громадян виникали потреби у ньому, особливо ті, що спрямовані на покращення життя, комфорт, освіту, бізнес, розвиток і т. ін.

У підсумку варто зазначити, сучасний бізнес і організації традиційної економіки повинні адресно долати опір змінам, опираючись на незалежні науково-технологічних досліджень, маючи це як культурний цифровий імператив, щоб бути успішними в моделі цифрової трансформації і ставлячи перед собою завдання стати цифровим лідером [3, с. 30].

Не дивлячись на масштабність наукових здобутків, що вже є наявними, все ж важливо, в майбутньому, провести дослідження спрямовані на розробку інструментів та механізмів роботи віртуальних цифрових коворкінг- центрів, цифрових хабів-студій, хабів-асоціацій та

хакатонів, з тією метою, щоб на базі цього пізнання сформувати цифрову реальність в Україні. Доцільно розробити систему взаємодії з безпосередніми розробниками інновацій та технологій, адже діловий світ наразі стає більш швидшим, глобальним, мобільним й цифровим.

#### **Література:**

1. Айзексон В. Інноватори: як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ. Видавництво «Наш формат». 2017. 488 с.
2. Краус Н. М., Краус К. М. Інноваційне табло України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 6. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/6-2017-ukr>.
3. В. П. Куприяновский, А. П. Добрынин, С. А. Синягов, Д. Е. Намиот. Целосная модель трансформации в цифровой экономике - как статья цифровыми лидерами. International Journal of Open Information Technologies. 2017. vol. 5, no. 1. С. 26-33.

**Лобода О.М.,**

*К.Т.Н., доцент*

**Кириченко Н.В.**

*К.Е.Н., доцент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В СЕРВІСНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Об'єктами професійної діяльності сервісного спеціаліста є людина та її потреби в окремих послугах; шляхи та методи виявлення та формування цих потреб із залученням сталого попиту на різні окремі послуги; методи моделювання, діагностики та розробки матеріальних об'єктів та послуг за індивідуальними замовленнями споживачів; технологічні процеси [1], з допомогою яких виконуються окремі замовлення послуги; обладнання, машини, пристрої та системи для здійснення технологічних процесів обслуговування. Його специфіка полягає в обов'язковому участі споживача послуг. Сфера послуг як система аналогічна виробничій системі, має певні витрати (ресурси) і є операційним процесом, в результаті якого підприємство отримує готовий продукт - товар або послугу.

У цілому нині система управління сервісної діяльністю мало чим відрізняється від системи управління виробництвом товарної продукції, хоча має свої особливості. Але при розробці системи надання послуг, а отже, і системи управління необхідно враховувати такі фактори: місцезнаходження підприємства, яке надає послуги, насамперед визначається місцезнаходженням споживачів; потреби та бажання споживачів; планування роботи залежить переважно від споживачів; визначення та вимірювання якості обслуговування утруднено; співробітники повинні мати добрі навички спілкування зі споживачами; виробнича потужність зазвичай розраховується за найвищим попиту з боку споживачів, а не за середнім рівнем попиту; продуктивність персоналу то, можливо пов'язані з відсутністю споживчого попиту, а чи не з низькою продуктивністю праці; великі підприємства сфери послуг не характерні (винятки становлять авіакомпанії, банки); маркетингові та виробничі послуги іноді важко розділити. Важливо відзначити виняткову динамічність сервісної діяльності, що має яскраво виражену тенденцію до індивідуалізації потреб клієнтів. При цьому існує закономірність: чим вищий рівень життя населення, чим більшою кількістю послуг люди можуть скористатися, тим нетиповішими й унікальними стають їхні запити [2]. У відповідь на цю тенденцію, а також посилення конкуренції у цій сфері, сервісні організації змушені постійно розширювати спектр послуг та підвищувати їхню якість, прогнозуючи попит і навіть

формує його. Проте така інноваційна діяльність завжди супроводжується обмеженими ресурсами: фінансовими, людськими, матеріальними.

Для ефективнішої системи управління необхідно розширити ресурсну основу послуг. Цю проблему можна вирішити з допомогою інформаційних ресурсів, доступність яких забезпечується з допомогою використання сучасних інформаційних технологій. Вихід із ситуації полягає у підвищенні продуктивності праці за рахунок його інтелектуалізації, використання сучасних інформаційних технологій. Ці особливості роблять управління послугами складнішим, ніж у галузі.

Зокрема, зміст управління являє собою сукупність всіх управлінських завдань на всіх стадіях життєвого циклу підприємства, включаючи всі дії та дії, пов'язані з інформацією у всіх її формах та станах, та діяльність у цілому на цій основі інформації [3]. Інформаційний відділ збирає всі дані, класифікує їх та збирає інформацію, яка може бути використана будь-яким відділом підприємства. У вузькому сенсі інформаційний менеджмент є комплексом управлінських завдань, насамперед виробничо-технологічного характеру, вирішення цілей організації в її основній діяльності за допомогою обліку з управлінням, процесами, системним виявленням та іншими предметами та запитам. Таким чином, управління інформацією - це управління створенням та використанням інформації на благо організації. Це процес управління, заснований на комп'ютерних технологіях обробки інформації з використанням інформаційних систем управління як інструмент обробки всіх рівнів управління в різних об'єктах. Хобі-менеджмент – це інформаційна, а й громадська діяльність організації. Мета інформаційного менеджменту: подальше вивчення діяльності організації за різних видів регулювання її інформаційної діяльності. Функції управління інформацією: створення (послуги) підприємства (управління персоналом, технологічним середовищем [4], управління інвестиціями); завдання керування обробкою інформації (розробка, обслуговування, впровадження інформаційної системи); завдання лідерства та управління (планування та контроль, організація та інновації та ін.).

Таким чином, інформаційний менеджмент вимірює всі функції керування сучасними благами, включаючи послуги. Наполягайте на тому, що моніторингу використання управління, заснованого на спеціалізації та поділ праці, недостатньо для забезпечення ефективного управління послугами. Управління у сервісній діяльності відбувалося на фундаментальній основі – сукупності інформаційних технологій. Метою управління послугами є забезпечення прибутковості компанії за рахунок використання правильних ресурсів та ексклюзивної та інноваційної організації процесу обслуговування, орієнтованої на особливі та складні потреби населення.

#### **Література:**

1. Вітлінський В.В. Моделювання економіки. Київ, 2003. 408 с.
2. Lucas R. On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*. 1988. № 22. Р. 3–42.
3. Марсанов В.В., Пляшкевич О.М. Основи теорії проектування і оптимізації макроекономічних систем. Херсон: Айлант, 2002. 190с.
4. Лобода О.М., Кириченко Н.В. Актуальні проблеми ідентифікації та моделювання структури управління підприємством. *Наука й економіка*, 2015. №3. С.130-134.

**Худік Н.Д.**,

*старший викладач*

**Балута О. С.**

*здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ТОРГІВЛІ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ**

Теорія ймовірностей – універсальна математична мова для описи процесів, у яких є невизначеність. Цілком природно, що в аналізі ринків та створенні торгових систем широко використовуються статистичні методи, які зарекомендували себе як ефективні інструменти при вирішенні багатьох наукових і технічних проблем.

Статистичний підхід припускає, що існує певний ймовірнісний розподіл, що характеризує поведінку ринкового графіка. З цією метою може використовуватися гауссівське (або нормальне) розподіл ймовірностей. Одна з причин, чому гауссівський розподіл відіграє важливу роль у статистичних завданнях, полягає в тому, що якщо невизначеність є наслідком додавання великого числа незалежних малих вкладів, така невизначеність описується нормальним розподілом. У цьому випадку можна на основі спостережень знайти точні оцінки параметрів розподілу та створити надійні правила прийняття рішень. Якщо вимірювання (спостереження)  $P_1, P_2, \dots, P_n$  являють собою випадкові величини з гауссівським розподілом, то їхнє середнє арифметичне (вибіркове середнє)

$$\bar{P} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n P_k = \frac{P_1 + P_2 + \dots + P_n}{n}$$

сходиться зі збільшенням  $n$  до математичного очікування  $a$ :  $\bar{P} \rightarrow a$  при  $n \rightarrow \infty$ .

Однак давно відомо, що властивості ринкових графіків залишають мало надій на те, що вони підпорядковуватимуться нормальному розподілу.

Саме собою відхилення законів розподілу від ідеального, гауссовського, типу, не таке страшне. У пошуках розподілів, що більш реально відображають властивості ринкових графіків, було виявлено, що як такі розподіли можна взяти стійкі розподіли. Розглянемо для прикладу дві незалежні випадкові величини,  $X_1, X_2$ , що мають гауссівські розподіли виду  $f_G(p) = \frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma}} \exp\left(-\frac{(p-a)^2}{2\sigma^2}\right)$ , але з різними параметрами:  $a_i, \sigma_i, i = 1, 2$ . Відомо, що сума випадкових величин  $X_1 + X_2$  також матиме гауссівський розподіл; для незалежних  $X_1, X_2$ , параметри  $a, \sigma$ , цього розподілу дорівнюватимуть  $a_1 + a_2$  та  $\sigma_1^2 + \sigma_2^2$ , а сам вигляд щільності розподілу залишиться тим самим. Інакше кажучи, гауссівський розподіл є стійким.

Але серед стійких розподілів є розподіли з іншими якостями, ніж у нормального. Найбільш відомий серед них – розподіл Коші, його щільність визначається формулою  $f_C(p) = \frac{1}{\pi b} \frac{1}{1 + \left(\frac{p-a}{b}\right)^2}$ ,  $a$  та  $b$  є параметрами зсуву та масштабу. Якщо незалежні випадкові величини  $X_1, X_2$ , мають розподіл Коші з параметрами  $a_1, a_2$  та  $b_1, b_2$ , то їх сума  $X_1 + X_2$  має розподіл Коші з параметрами  $a = a_1 + a_2$ ,  $b = b_1 + b_2$ . При  $a = 0$ ,  $b = 1$  виходить стандартний вид щільності розподілу Коші,  $f_C(p) = \frac{1}{\pi} \frac{1}{1+p^2}$ .

Незважаючи на зовнішню схожість розподілів Гауса та Коші, їх відмінності дуже важливі і це має найважливіші наслідки для застосування статистичних методів у прийнятті ринкових рішень:

- розподіл Коші має важкі «хвости», тобто значення  $f(p)$  залишаються надто великі для великих значень  $p$ , у той час як для гаусівського розподілу  $f(p)$  дуже швидко прагне нуля;
- гауссовское розподіл має кінцеві моменти будь-якого порядку, тоді як розподілу Коші навіть момент другого порядку – дисперсія – характеризує середній розкид спостережень, дорівнює нескінченності;
- середнє арифметичне (вибіркове середнє) незалежних гаусівських спостережень досить швидко наближається зі зростанням числа спостережень до теоретичного середнього (математичного очікування), в той час як для розподілу Коші математичне очікування взагалі не існує, а усереднення спостережень дає той самий результат, незалежно від кількості цих спостережень.

Інакше кажучи, якщо ви маєте справу з вимірами, розподіленими відповідно до щільності Коші, то скільки б ви не витратили на збір спостережень, ваша оцінка – середня арифметична – залишається такою ж неточною, як і при одному єдиному вимірі. Така поведінка оцінок (а вибіркове середнє є основою для побудови багатьох технічних індикаторів, що застосовуються у торгівлі) цілком відповідає сприйняттю ринкової реальності, добре знайомої трейдерам.

Властивості розподілу гауса кажуть про те, що від ринків не можна очікувати такої поведінки. Якби ринки підпорядковувалися статистиці нормальних розподілів, там можна було б досить точно оцінити, прогнозувати і прийняти надійні рішення. Інші стійкі розподіли (Коші тільки один із прикладів) більш точно відображають ринкову реальність, де ймовірність великих відхилень (стрибків) ціни мають високі значення, а різні оцінки, засновані на усередненні спостережень, малопридатні для побудови прогнозів та прийняття рішень.

Головне, що впливає з цих міркувань, – ринок може мати дуже багато різних форм статистичної поведінки («станів ринку»). Розподіли ймовірностей, відповідні цим станам, можуть мати істотно різні властивості. Серед них можуть бути й благополучні розподіли, такі як гаусівський, але можуть бути і розподіли з важкими хвостами.

Класичні методи статистики дають настільки мало, коли ними користуються прийняття рішень на ринках. Всі звичайні підходи до прогнозування або побудови інших вирішальних правил так чи інакше засновані на законі великих чисел чи центральній граничній теоремі: якщо ви маєте досить велику кількість спостережень, то ви можете досягти більш високої точності у побудові оцінок.

**Шабля О.С.**

*К.в.н.,*

*Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПіМ НААН,  
Гола Пристань, Україна*

## **МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ СОРТІВ БАШТАННИХ КУЛЬТУР ВІТЧИЗНЯНОЇ СЕЛЕКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Насінництво, як складова інноваційного розвитку наукової установи, передбачає забезпечення галузі баштанництва необхідною кількістю сертифікованого насіння. Для цього необхідно щорічно виробляти 64 тонни в тому числі кавуна – 47 тонн, дині – 17 тонн. Для виробництва такої кількості насіння необхідно відповідно мати площі під насінниками у межах 1,0 тис. га. За даними Державної служби статистики площа насінників в Україні у 2020 році становила лише 100 га. За останні десять років суттєво зменшилася кількість спеціалізованих господарств з виробництва насіння баштанних культур, і на сьогодні це 3 господарства. Загальна ж площа усієї системи НААН займає на сьогодні під насінниками 170 га, що в змозі забезпечити потребу вітчизняного ринку насіння баштанних культур до 10%. За даними експертів, щорічний імпорт насіння баштанних культур іноземної селекції не

перевищує 20% від загальної потреби насінневого ринку України. Решту насіння (майже 70% від потреб) виробляють товаровиробники різних форм власності самостійно.

Розвинута маркетингова діяльність у галузі насінневої продукції баштанних культур включає оптову та роздрібну торгівлю. Оптовою торгівлею мають займатися, в основному, селекційно-дослідні наукові установи: Інститут овочівництва і баштанництва НААН (Харківська обл.), ДСІ ОБ НААН (Дніпропетровська обл.), Південна ДСДС ІВПіМ НААН (м. Гола Пристань, Херсонська обл.). Наукові установи повинні створити власну торговельну мережу, як це відбувається в провідних фірмах світу. Ця мережа має бути представлена власними збутовими пунктами, агентами-розповсюджувачами, якими можуть бути сільськогосподарські та фермерські підприємства, приватні фірми та крупні компанії, а також дилери.

Широке розповсюдження набув продаж насіння за прямими зв'язками з сільськогосподарськими товаровиробниками, а також великими компаніями, які займаються аграрним виробництвом на підставі договорів вирощування посівного матеріалу. Тому науковцями дослідної станції були спрямовані зусилля на створення спілок, об'єднань, кооперативів товаровиробників баштанних культур. На сьогодні в цьому напрямку проводяться зустрічі за підтримки Українського проекту UNBDP на територіях об'єднаних громад з товаровиробниками в основних промислових зонах вирощування баштанних культур. Основна мета Асоціації – здійснення та захист прав і свобод, задоволення суспільних, економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів, зокрема, в галузі дослідження, розробки, розвитку, правової охорони, захисту, використання, адміністрування використання зазначень походження товару (географічних зазначень), традиційних харчових продуктів, традиційних гарантованих особливостей.

Таким чином перехід науково-дослідних установ з селекції баштанних культур, до маркетингової орієнтації має бути індивідуальним, бо залежить від сформованих внутрігосподарських передумов: рівня підготовки спеціалістів відповідного профілю, освоєності ринків сільськогосподарської продукції, виробничого типу установи і його структурних співвідношень, сформованих економічних взаємозв'язків і відносин як внутрішнього, так і зовнішнього характеру.

#### **Література:**

1. Лимар В.А., Шашкова Н.І., Шабля О.С., Холодняк О.Г. Шляхи інноваційного розвитку галузі баштанництва на півдні України. Науковий вісник Херсонського державного університету. «Серія економічні науки». Випуск 38. 2020. С.18-24
2. Шабля О.С., Холодняк О.Г. Просування сортів баштанних культур вітчизняної селекції на внутрішньому ринку України. Овочівництво і баштанництво. Випуск 70. 2021. С. 125-135
3. Лузан Ю. Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ» 2010. 472 с.
4. Захарчук О. В., Ткачик С. О., Завальнюк О. І. Становлення насінневого ринку в Україні, інноваційний шлях розвитку. Світові рослинні ресурси: стан та перспективи розвитку: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 7 червня 2019 р.). Вінниця, 2019. С. 239-241.

**Шевченко О. А.**

*здобувач вищої освіти першого  
бакалаврського рівня третього року навчання  
Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## **МЕТОДИ ТА СИСТЕМИ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГО ТА ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

У 1950-х і 1960-х роках сільське господарство було інтенсифіковано, щоб задовольнити зростаючий попит на продукти харчування в країнах, що розвиваються після Другої світової війни. Основною місією цієї «зеленої революції» була продовольча безпека, а її метою було досягнення достатніх обсягів виробництва за доступних витрат.

Інтенсифікація виробництва продуктів харчування стала можливою завдяки широким дослідженням та розробкам високоврожайних сортів сільськогосподарських культур, агрохімікатів (біоциди, хімічні добрива), механізації, селекції та регульованого водопостачання. Зелена революція, можливо, врятувала мільярди людей від голодної смерті, водночас значно збільшивши людський добробут [1].

Поступовий розвиток сільського господарства створює новітні методи його управління, одним із яких є створення прогностичної системи. Така модель може бути отримана декількома різними способами залежно від типу доступної інформації. Модель першого принципу (також відома як механістична модель, модель білого ящика або модель, заснована на процесах) складається з біологічних, хімічних або фізичних принципів. Приклади першопринципних моделей включають реакції рослин і тварин на поживні речовини та навколишнє середовище, гідродинаміку (наприклад, для опису динаміки клімату в теплицях та сараях або для опису перенесення рідини у водоростевих реакторах), динаміку актуаторів (наприклад, у тепличних технологіях, іригації). Динаміку популяцій (наприклад, для риб і шкідників) і класичну механіку (наприклад, для опису руху тракторів, роботів та дронів) описують процеси на основі даних. Приклади описових моделей включають моделі лінійної регресії, нейронні мережі та моделі автокореляції.

У цьому огляді ми не робимо припущень щодо типу моделей, що використовуються для методів спостереження та контролю, заснованих на моделях. Хоча, моделі можуть бути як механістичними, так і немеханістичними.

Сільськогосподарські процеси характеризуються динамічним відгуком. Наприклад, вплив зрошення зростання сільськогосподарських культур проявляється не відразу, а протягом кількох днів і навіть тижнів. Це робить планування введення за часом нетривіальним завданням. На додаток до контрольованих факторів інші ресурси можуть не піддаватися контролю, але їх слід очікувати (наприклад, опади, сонячна радіація).

У моделі прогностичних систем динаміка процесу та різні типи вхідних даних систематично формулюються. Один із основних принципів теорії систем полягає в тому, що кожна система має певні межі, вхід та стан. Кордон системи визначається шляхом визначення змінних стану всередині системи та вхідних змінних, що надходять до системи ззовні та впливають на динаміку стану.

Організми (наприклад, тварини та сільськогосподарські культури) за своєю природою складні. Усередині організму фізіологічні, хімічні та фізичні процеси на рівні тканин, клітин та молекул утворюють великі мережі взаємодії, які управляють вхідними реакціями, які майже завжди нелінійні (наприклад, подвоєння раціону годівлі зазвичай не призводить до подвоєння виробництва молока). У той час як фізичні процеси (наприклад, перенесення маси та тепла) часто відносно лінійні, у той час як хімічні процеси, що лежать в основі фізіологічних реакцій (наприклад, фотосинтез, травлення), зазвичай нелінійні.

Складність моделі - це аспект проектування, який є важливим компромісом. Дуже прості моделі легко отримати і вони вимагають невеликих обчислювальних зусиль для розробки системи управління. Однак, водночас надмірне спрощення може призвести до помилок моделі, які негативно позначається на точності прогнозів. Хоча розробка більш просунутих та складних моделей може підвищити точність прогнозів, вона також може вимагати значних експериментальних та польових робіт, набуття знань та досвіду моделювання. Не всі оцінювачі стану та алгоритми управління призначені для роботи з моделями високого рівня складності. З іншого боку, збільшення складності зазвичай збільшує обчислювальні потреби. Інший можливий недолік високої складності моделі пов'язаний з великою кількістю параметрів, що збільшує ймовірність того, що деякі параметри буде важко визначити [2].

Коли значення параметра невідоме чи невизначене, загальноприйнятим методом рішення є оцінка максимальної правдоподібності на основі доступних даних. Така технологія дозволяє автоматично і динамічно вимірювати стани системи, що цікавлять виробника під час ведення фермерського та сільського господарства. Однак важливо відзначити, що не всі стани можна виміряти безпосередньо.

Отже, виходячи з вище сказаного, можливість спостереження за станом системи (наприклад, клімат у теплиці, стан тварин, стан посівів) має велике значення для точного керування. Точність прогнозування траєкторій майбутнього стану багато в чому залежить від точності оцінки поточного стану. Поточні стани можна оцінити за допомогою моделей, за допомогою технології датчиків або комбінації цих методів, а стан системи ведення сільського господарства можна оцінити потоками даних, отриманими за допомогою імпіричної. Інформація може бути поєднана з прогнозами моделі у процесі, відомому як асиміляція даних. Причина цього процесу у тому, як і прогнози моделі, і виміри містять помилки. Об'єднання інформації про модель і датчик призводить до більш високої точності оцінки, ніж це можливо тільки при вимірюваннях або прогнозах.

#### **Література:**

1. «Modeling processes of formation and development of agricultural complex using digital technologies». URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/868/1/012030/pdf>
2. «Integrating water and agricultural management: Collaborative governance for..a..complex..policy..problem»...URL:..https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004896970900953X



---

## Section 6.

# REALITIES AND PROSPECTS OF PUBLIC ADMINISTRATION AND REGIONAL GOVERNANCE: WORLD AND DOMESTIC EXPERIENCE OF EFFECTIVE ECONOMIC MANAGEMENT AT THE STATE AND REGIONAL LEVELS

---

**Аверчева Н.О.**

*к.е.н., доцент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
Херсон, Україна*

## НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА НА ДЕРЖАВНОМУ РІВНІ

В умовах ринку сільськогосподарські товаровиробники повинні працювати на основі самофінансування власної діяльності. Роль держави і заходи підтримки є додатковими в забезпеченні нормальних економічних умов господарювання;

Висновки науковців з досліджуваної тематики полягають у тому, що система державного регулювання повинна базуватися на цільовому програмному підході, враховувати регіональні особливості і умови, стимулювати більш пріоритетні напрямки розвитку виробництва, формувати нові організаційно-правові форми господарювання і виключати невиробничі витрати, підтримку неефективно працюючих господарств і явних банкрутів [1].

Галузь тваринництва відіграє важливу роль у забезпеченні населення необхідними продуктами харчування. Зростання виробництва м'яса, молока, харчових яєць є необхідною умовою підвищення не тільки рівня споживання, а й якості харчового раціону населення. Проте, при насиченні ринку значною кількістю м'ясної і молочної продукції, постійному розширенні їх асортименту, рівень споживання молока і м'яса населенням України залишається низьким і не відповідає раціональним науково обґрунтованим нормам.

Метою дослідження є обґрунтування особливостей і проблем функціонування галузі в сучасних умовах, визначення напрямів впливу державної підтримки на розвиток даного сектору економіки.

У 2020 р. рівень споживання м'яса всіх видів і м'ясо продуктів у розрахунку на одну особу становив 53,8 кг, що на 32,8 % менше норми споживання, яка встановлена на рівні 80 кг. Низький показник середньодушового споживання у 2020 р. був і по молочної групі. Споживання молока і молокопродуктів скоротилося за період 2010-2020 р. від 206,4 до 201,9 кг, або на 2,2 %, що забезпечує лише 53,1 % до раціональної норми [2].

Низькі показники відповідності раціональній нормі споживання залежать не тільки від розвитку тваринництва, а й від купівельної спроможності населення, адже м'ясна і молочна група відносяться до найбільш вартісних для споживача груп продовольства. Тому державне регулювання процесів забезпечення населення продуктами тваринництва може відбуватися у двох напрямках, зокрема щодо стимулювання зростання обсягів виробництва молока і м'яса (пропозиція) та підвищення рівня доходів населення, при якому споживачі зможуть купувати більше відповідних продуктів (попит).

Однією із функцій держави є допомога господарюючим суб'єктам при започаткуванні бізнесу у тваринництві, оскільки галузь є капіталомісткою і вимагає значних вкладень на будівництво приміщень, придбання високопродуктивного поголів'я і сучасного обладнання, формування кормової бази.

Важливим принципом державного регулювання тваринництва повинен бути «здоровий» протекціонізм, зовнішньоекономічний аспект якого пов'язаний з імпортом і експортом продукції галузі. Слід відзначити, що тільки за 2017-2020 рр. імпорт молока і молочних продуктів в Україну зріс у 5,2 рази - від 132 до 691 тис. т. Закупівля за кордоном продуктів тваринного походження, навіть більш високої якості, в умовах кризи негативно впливає на обсяги виробництва і фінансовий стан вітчизняних товаровиробників.

Механізм і напрями надання підтримки розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції визначено на законодавчому рівні [3]. Зокрема, на сайті Міністерства аграрної політики і продовольства розміщена інформаційна довідка щодо державної підтримки тваринництва у 2021 р. за наступними напрямками: дотація за наявні бджолосім'я; відшкодування вартості закуплених племінних тварин, бджіл, сперми та ембріонів; відшкодування вартості об'єктів; компенсація вартості об'єктів, профінансованих за рахунок банківських кредитів; відшкодування вартості об'єктів із зберігання та переробки зерна; дотація за утримання кіз та овець; дотація за приріст поголів'я корів. Розкрито алгоритм отримання, форми необхідних документів, покрокову інструкцію, за якою необхідно діяти отримувачам.

Отже, до основних принципів державного регулювання галузі тваринництва слід віднести підтримку тих господарюючих суб'єктів, які здатні ефективно використати надані державою кошти, зберегти у перспективі напрям діяльності, що фінансується державою, збільшити поголів'я і обсяги виробництва, забезпечити стабільну реалізацію продукції на ринку, виконати санітарно-гігієнічні умови. На рівні держави необхідно розробити механізм захисту внутрішнього товаровиробника на ринку молочних і м'ясних продуктів від негативного впливу імпорту із зарубіжних країн. Державна підтримка повинна впливати на конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів на внутрішньому і зовнішньому ринках, консолідувати ресурси на перспективних інноваційних напрямках виробництва.

#### **Література:**

1. Черкаська В.В. Принципи та напрями державного регулювання розвитку аграрного сектору України. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2016. № 10. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/%202016.htm> (дата звернення 12.04.2022).
2. Сільське господарство України за 2020 р.: статистичний збірник. Державна служба статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (дата звернення 15.05.2022).
3. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для державної підтримки розвитку тваринництва та переробки сільськогосподарської продукції» (у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 12.05.2021 № 517): постанова Кабінету Міністрів України від 07.02.2018 № 107. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/107-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення 20.05.2022).

**Музика П.М.,**

*д.е.н., професор*

**Соломонко Д.О.,**

*асистент*

**Литвин Р.І.**

*асистент*

*Львівський національний університет ветеринарної медицини  
та біотехнологій імені С.З. Гжицького, Львів, Україна*

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПОЛІТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Агропродовольчий підкомплекс протягом останніх років формує значну частку національного ВВП, забезпечує суттєві валютні надходження для потреб розвитку економіки України і досить істотно впливає на глобальну продовольчу безпеку.

В умовах воєнного стану постає суттєва необхідність впровадження нових підходів державного регулювання і публічного управління для забезпечення збалансованого розвитку агропродовольчого підкомплексу та сільських територій України в контексті сучасних економічних викликів.

Актуальні напрями політики розвитку сільських територій висвітлено у працях В.В. Борщевського, В.В. Россохи, А.С. Даниленка, В.А. Чемериса та інших вітчизняних науковців.

Модель співпраці на регіональному рівні повинна передбачати ефективну системну взаємодію сільськогосподарських дорадчих служб, громадських організацій, органів управління відповідальних за розвиток сільських територій в об'єднаних територіальних громадах та відповідальних державних структур за розвиток економіки сільських територій на рівні районних державних військових адміністрацій. При цьому для спрощення взаємодії необхідно використовувати спеціалізовані сучасні інструменти діджиталізації для максимального досягнення ефекту синергії взаємодії.

У Львівській області на рівні районів протягом останніх років спостерігається досить динамічний рівень розширення інтернет мережі та діджиталізація процесів надання адміністративних послуг на рівні громад, зокрема у Львівському, Стрийському, Яворівському, Золочівському і Самбірському районах. Це дозволяє сформувати важливі переваги для стимулювання інвестиційної активності і подолання міжсекторальної диспропорційності використання сільськогосподарських угідь в об'єднаних територіальних громадах Львівської області.

Прийняті в 2022 році на період дії воєнного стану зміни до земельного законодавства України створили передумови для спрощення процедури оренди землі для товарного сільськогосподарського виробництва. Згідно інформації Департаменту агропромислового розвитку Львівської обласної військової адміністрації, за період воєнного стану громади області передали в оренду 164 земельні ділянки площею понад 1300 гектарів, а між агроформуваннями передано право користування на 868 ділянок на площу понад 911 гектарів. Наприклад, в Новокалінівській об'єднаній громаді Самбірського району передано в оренду понад 250 гектарів [1].

Реалізуючи заходи Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років [2], Дорадча служба Львівської аграрної палати створила ефективну інформаційну платформу надання дорадчих послуг агроформуванням області із правових і агротехнологічних питань.

Великим попитом агровиробників області користуються дорадчі послуги із питань земельного законодавства, кліматично адаптивних технологій виробництва продукції рослинництва на Львівщині, впровадження технологій органічного сільського господарства, фандрайзингу та інших актуальних для фермерів регіону питань.

Дорадча служба Львівської аграрної палати надає щомісячну інформаційно-аналітичну підтримку фермерським господарствам регіону через електронний інформаційний бюлетень «Вісник Агрофорум» для забезпечення надійності, корисності поширення інформації із використанням сучасних технологічних рішень.

У Львівській області успішний досвід Заболотцівської об'єднаної територіальної громади Золочівського району свідчить, що співпраця із агроформуваннями і державно-приватне партнерство на рівні громади диверсифікує економічні процеси, стимулює розвиток сімейних фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації, сприяє патріотичному і духовному вихованню населення. Заболотцівська громада активно співпрацює в реалізації проєктних розвиткових рішень, гуманітарних програм спільно із БО «Львівська аграрна дорадча служба» та Львівською аграрною палатою.

Умови воєнного стану вимагають досить гнучких управлінських рішень для швидкої зміни структури виробництва сільськогосподарської продукції, зміни підходів до використання продуктивних сил з метою гарантування продовольчої безпеки, забезпечення ефективної зайнятості населення та збереження екологічної рівноваги через механізми територіального управління для формування дієвої екосистеми підтримки фермерських господарств в сучасних економічних умовах. Це дозволить зменшити територіальну диспропорцію за індексом людського розвитку та забезпечить поступове вирівнювання демографічної ситуації в старостинських округах громад для підвищення рівня сільського розвитку в інтересах забезпечення самодостатності через ефективне виконання функцій самоврядування в об'єднаних громадах.

Впровадження ефективних інструментів публічного управління при реалізації політики розвитку сільських територій об'єднаних територіальних громад, на думку авторів, дозволить суттєво стимулювати економічну активність суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечить збалансований розвиток сільських територій і продовольчу безпеку на регіональному рівні.

#### **Література:**

1. За минулий тиждень на Львівщині залучили до обробітку понад 800 гектар землі. Львівська обласна військова адміністрація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.loda.gov.ua/news/29265>
2. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 років. Львівська обласна військова адміністрація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.loda.gov.ua>

**Оплачко І.О.,**

*к.в.н., доцент кафедри маркетингу,*

**Хомич В.М.**

*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
Національний університет водного господарства та природокористування  
Рівне, Україна*

## **БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ**

Після реформи децентралізації в Україні зріс рівень конкуренції між територіальними одиницями. Відбувається постійне змагання за ресурсне забезпечення. Територія, за таких умов, стала своєрідним товаром, який повинен мати змогу конкурувати на ринку за допомогою демонстрації своєї ідентичності. Одним з основних засобів для формування певного іміджу та залучення інвестицій є територіальний брендинг.

За визначенням С. Анхольта територіальний брендинг представляє собою систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. В свою чергу, бренд території є інструментом, що сприяє підвищенню привабливості території для усіх сегментів цільової аудиторії, а саме: інвесторів, підприємців, партнерів, місцевих жителів та туристів.

Вдалиий брендинг території безпосередньо впливає на залучення інвестицій і створення нових підприємств, збереження та розширення діючих підприємств, збільшення кількості робочих місць, покращення іміджу на місцевому, національному та міжнародному рівнях, започаткування взаємовигідних партнерств, залучення нових жителів і поліпшення добробуту регіону загалом, збільшення кількості туристів, популяризацію політичних рішень і програм серед громади, отримання прихильності населення.

З метою розширення своїх можливостей регіонам необхідно постійно вдосконалювати діяльність у сфері залучення інвестицій. Інвестиційна діяльність є основним інструментом розвитку економіки, ефективність якого створює передумови для будівництва нових промислових підприємств, впровадження інноваційних технологічних процесів і випуску нових видів продукції, розв'язання соціальних та екологічних проблем, і, як наслідок, підвищення загальної конкурентоздатності економіки території. Разом з тим, існує ряд негативних чинників, що стримують надходження інвестицій. Це, в першу чергу, воєнний стан, нестабільна та недосконала нормативно-правова база, низький рівень захисту інвестицій, обмеженість та висока вартість кредитних ресурсів, інфляційні та валютні ризики, обтяжлива податкова система.

Основним інструментом залучення потенційних інвесторів Рівненської області є належна підготовка інвестиційних продуктів (інвестиційно привабливих пропозицій), насамперед це індустріальні парки, колишні промислові зони, вільні земельні ділянки, готові інвестиційні проекти розвитку.

В області реалізуються заходи, спрямовані на створення сприятливих умов для активізації інвестиційної діяльності, модернізацію господарського комплексу, забезпечення комплексного використання та збереження природних сировинних ресурсів, підвищення ефективності використання транзитного і туристично-рекреаційного потенціалу, вирішення проблем зайнятості населення [4].

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій протягом останніх років у Рівненській області залишаються власні кошти підприємств та кошти населення. За даними Державної служби статистики обсяг капітальних інвестицій у Рівненську область у 2020 році

становив 5650634 тис. грн. У 2021 році відбувся приріст на 7,5% і обсяг капітальних інвестицій становив 6076296 тис. грн. З них 6032460 тис. грн. (99,3% від загального обсягу капітальних інвестицій регіону) – інвестиції у матеріальні активи [3]. При цьому, недостатніми є обсяги іноземних інвестицій, кредитів і позик фінансових установ.

Останні декілька років до основних країн-інвесторів Рівненського регіону входять: Італія, Кіпр, Німеччина, Білорусь, Нідерланди. Значними є обсяги інвестицій з Британських Віргінських островів, Польщі, Словаччини та ряду інших країн Європейського Союзу [3].

Найпривабливішими для іноземних інвесторів залишаються міста та райони області з розвинутою інфраструктурою, наявністю кваліфікованих трудових ресурсів, з порівняно високою платоспроможністю населення, а також регіони з потужною сировинною базою. Найбільше інвестицій залучаються у Рівненський та Сарненський райони області та міста на їхній території.

На основі «Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року» було розроблено «Програму розвитку інвестиційної діяльності в Рівненській області на 2021-2023 роки». Відповідно до стратегічних цілей розвитку та існуючих проблем регіону в Програмі визначено пріоритетні напрями, завдання та основні заходи органів виконавчої влади та місцевого самоврядування для створення в області сприятливого інвестиційного середовища та активізації інвестиційної діяльності.

З метою залучення додаткових інвестицій у регіон, підвищення рівня конкурентоспроможності та створення сприятливого іміджу регіону було прийнято рішення створити бренд туристичної Рівненщини. У 2020 році такий бренд був розроблений і представлений рівненською дизайнеркою Олександрою Корчевською [1].

Основними завданнями при розробленні бренду було створення привабливого, зрозумілого та простого образу, який конкурував би з європейським «поглядом» на брендинг та пасував би виключно Рівненській області.

Бренд створений з урахуванням історичних та культурних чинників, в його основу покладено слоган: «Туристична Рівненщина, яку я зможу відкрити».

М'яка насиченість кольорів на старовинних портретах та гербах, прапорах та панно стала основою кольорової палітри, яка добре «працює» у поєднанні кольорів між собою. Кожен колір має свій відповідник у системі Pantone. У розробці шрифтової частини дизайнера врахувала стилістику української літери. Для напису «Рівненщина» у логотипі була створена капітель, яка створена на базі стилів Георгія Нарбута, Роберта Лісовського і Якова Гніздовського, які розвивали ідентичність української літери.

Стилістика бренду побудована на символізмі. Для поєднання між собою районів Рівненської області використано їхні герби та елементи з них. В бренді Рівненської області застосовано 4 символи. Перший – це корона з листя дуба і липи, як символ краси Рівненської області, другий – це елемент із герба князів Острозьких, як історичний символ рівненського регіону. Наступний символ – це волинський хрест, що є символом релігійного коріння. Останній символ – це так зване «дерево життя», яке символізує коріння нашої традиції.

На основі форм і кольорів стародавніх хоругв та прапорів розроблений спеціальний патерн. Гладкий узор, створений у кольоровій палітрі бренду із поєднанням секторів кола, квадратів та символів, створює яскравий та динамічний візерунок. Даний прийом відображає динамічність та гнучкість як принципи розвитку Рівненської області. Додатково були розроблені сайт та створені сторінки у соціальних мережах Рівненщини туристичної.

Очікується, що впровадження територіального брендингу Рівненської області допоможе сформуванню позитивний імідж регіону, підвищити інвестиційний потенціал області в цілому, а не лише у деяких районах області, залучити інвестиційні ресурси (насамперед, іноземний капітал), що дозволить реалізувати в області нові проекти, впровадити передові технології, сучасне обладнання та розширити ринки збуту.

**Література:**

1. Гайдбук «Рівненщина Туристична». Рівненська обласна державна адміністрація. Режим доступу : <https://www.rv.gov.ua/news/rivnenshchina-maye-novij-turistichnij-brend> (дата звернення: 01.05.2022).
2. Державна служба статистики України. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.05.2022).
3. Програма розвитку інвестиційної діяльності в Рівненській області на 2021-2023 роки. Режим доступу : <https://www.rv.gov.ua/npas/pro-programu-rozvitku-investicijnoyi-diyalnosti-v-rivnenskiy-oblasti-na-2021-2023-roki-769-2020> (дата звернення: 09.05.2022).

**Рогозян Ю.С.,**

*д.е.н., ст. досл., заступник завідувача відділу*

**Нестеров Г.Г.**

*молодший науковий співробітник  
ДУ "Інститут економіко-правових досліджень  
імені В.К. Мамутова Національної академії наук України",  
Київ, Україна*

## **ПІВДЕННО-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗБУДОВИ ТЕРИТОРІЙ ПРІОРИТЕТНОГО РОЗВИТКУ**

Детермінанти локального розвитку обумовлюють необхідність дослідження питань, пов'язаних з управлінням соціально-економічної системи як фундаменту для забезпечення конкурентоспроможності територіальних одиниць мезорівня. Для таких країн південної Європи як Сербія, Італія та Іспанія дані питання набувають все більшого значення завдяки спільному макроекономічному розташуванню та шляху до розбудови економічно більш слабких регіонів і надання їм пріоритету серед інших аналогічних адміністративно-територіальних одиниць. Передумови, можливості й перспективи, що формуються останніми роками в даних країнах, сприяють розбудові територій пріоритетного розвитку та запровадженню на них ефективних інструментів регіонального управління.

Першою з досліджуваних країн постає Сербія, де помилково визначаються в якості територій пріоритетного розвитку вільні економічні зони, що розглядаються в якості інструменту для підвищення економічного потенціалу слабких регіонів за рахунок збільшення до них інвестицій [1]. Сьогодні в Республіці Сербія існує 15 вільних зон, на яких встановлено відповідні фіскальні пільги. Однак, з метою стимулювання системи регіонального управління в країні також запроваджено термін «території особливого державного нагляду», який за своєю сутністю має риси територій пріоритетного розвитку; до них віднесено наступні регіони: район Воєводина; Белградський регіон; регіон Сумадія і Західна Сербія; Регіон Південної та Східної Сербії; Косово і Метохія, дві з яких мають автономний статус та належать до проблемних регіонів. Нажаль окрім декларативного віднесення вказаних регіонів до територій особливого державного нагляду, поки що не запропоновано ані чіткої стратегії розвитку таких одиниць, ані стимулів економічного характеру [2].

Італійський досвід управління та стимулювання розвитку регіонів тісно пов'язаний з кластерною формою функціонування територій з особливим для держави значенням, що має назву «індустріальні округи». Безперечно, дані одиниці не є територіями пріоритетного розвитку як такими й італійська влада їх не виокремлює, однак вони передбачають спеціальну дорожню карту на основі запровадження фіскальних стимулів, що наближає вектор розвитку таких одиниць до пріоритетного. Наразі в Італії 23 такі території, досвід їх функціонування дає переконливі приклади підвищення конкурентоспроможності регіонів Італії (Емілья-Романья, Венето, Фріулі-Венеція-Джулія, Трентіно-Альто-Адідже, Тоскана, Марке) й її

виробничих комплексів шляхом реалізації кластер-орієнтованої регіональної політики, однак це відрізняється від розбудови територій пріоритетного розвитку, які потребують пом'якшення або усунення наслідків від несприятливих умов, що склалися та відновлення їх економічного потенціалу.

В останні десятиліття Іспанія також тяжіє до локалізації в питаннях економічного розвитку за допомогою створення вільних економічних зон, які являють собою пріоритетні утворення в першу чергу через залучення прямих іноземних інвестицій. На даний момент в Іспанії функціонують чотири вільні економічні зони: Барселона, Віго, Кадіс і Канарські острови. Водночас, важливий кейс щодо формування сучасних можливостей для розбудови територій пріоритетного розвитку в Іспанії належить регіону «Країна Басків», що відомий сепаратистськими процесами, які розгорталися на основі етнокультурних відмінностей, посилені неефективною державною політикою та економічними проблемами [3]. Однак Іспанія як унітарна держава, змогла знайти політичне рішення – визначити особливий статус автономії для Країни Басків, що надав їй виключну юрисдикцію, тобто регіон має свободу у вирішенні як культурних, так й економічних питань.

Таким чином, набутий досвід регіонального управління в Сербії, Італії та Іспанії досить позитивно впливає на соціально-економічні зрушення у бік забезпечення пріоритетного розвитку їх територій. У даних країнах вже сформовано основні передумови для імплементації дієвих інструментів регіональної політики, де розбудова територій пріоритетного розвитку гратиме важливу роль. Дане питання потребує нагальної уваги з боку представників влади і науковців, тому подальші дослідження в контексті даної тематики повинні бути спрямовані на виявленні позитивних європейських практик з розбудови територій пріоритетного розвитку саме після збройних конфліктів для їх можливої імплементації в Україні.

#### **Література:**

1. Досије Аутономна Покрајина Војводина. Београд, 2014. URL: <http://www.napredniklub.org/wp-content/uploads/2012/12/Dosije-AP-Vojvodina.pdf> (дата звернення 25.05.2022).
2. О regionalnom razvoju: Закон od 15. Aprila 2009. URL: <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2009/51/1/reg> (дата звернення 21.05.2022).
3. Strykowski P., Below B. Free Trade Zones: A Free Ride for Counterfeiters? The Organization for Economic Co-operation and Development. 2018. URL: <https://www.oecd.org/gov/risk/blog-free-trade-zones-a-free-ride-for-counterfeiters.pdf> (application date 27.05.2022).

**Самойлик Ю.В.,**

*д.е.н., професор,*

**Волкова Н.В.,**

*к.е.н., доцент,*

**Жолоб М.В.**

*здобувач вищої освіти,*

*Полтавський державний аграрний університет,*

*м. Полтава, Україна*

## **ІМІДЖ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Державна служба є важливою складовою системи публічного управління, від її роботи залежить ефективність прийняття управлінських рішень на різних рівнях. Важливою проблемою в публічному управлінні є підвищення ефективності комунікацій представників



влади, бізнесу, населення. Гальмуючим чинником є несприйняття авторитету держслужбовця. Можна виділити кілька причин такому негативному ставленні: культура спілкування, яка історично склалась, ореол недосяжності у спілкуванні, байдуже ставлення до інтересів суспільства, громадянина, держави, недовіра до органів державної влади. У цілому можна зазначити, що головною проблемою у комунікаціях з органами державного управління є формування позитивного іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування.

Дослідження проблематики іміджу у сфері публічного управління, у тому числі органів державної влади та місцевого самоврядування, привертають увагу таких науковців: В. Бебика, Ж. Гарбар, Т. Портоварас Ю. Самойлик, І. Сокурєнко, В. Дрешпака, Ю. Падафет, В. Ромата [1-3].

Державний службовець – це особа, на яку покладається безпосереднє виконання функцій держави на відповідній території, у конкретній галузі державного управління. Державний службовець (в Україні) – це громадянин України, який займає посаду державної служби в органі державної влади, іншому державному органі, його апараті (секретаріаті), одержує заробітну плату за рахунок коштів державного бюджету та здійснює встановлені для цієї посади повноваження, безпосередньо пов'язані з виконанням завдань і функцій такого державного органу, а також дотримується принципів державної служби [2, с. 1].

Важливо розуміти мотиви поведінки та очікуваний результат. Існують такі складові іміджу: стиль, ідеологія, манера спілкування, комунікабельність, довіра, авторитетність, освіченість. Формуванню позитивного іміджу державних службовців сприяє удосконалення нормативно-правової бази.

Так, Національним агентством України з питань державної служби було прийнято Наказ «Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» від 05.08.2016 № 158, згідно якого державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування під час виконання своїх посадових обов'язків зобов'язані неухильно дотримуватись загальновизнаних етичних норм поведінки, бути доброзичливими та ввічливими, дотримуватись високої культури спілкування, з повагою ставитись до прав, свобод та законних інтересів людини і громадянина, об'єднань громадян, інших юридичних осіб.

Державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування своєю поведінкою мають зміцнювати авторитет державної служби і служби в органах місцевого самоврядування, а також позитивну репутацію державних органів та органів місцевого самоврядування; під час виконання своїх посадових обов'язків повинні проявляти стриманість у разі критики чи образ з боку громадян, зауважувати щодо неприйнятності такої поведінки і необхідності дотримання норм ввічливого спілкування; у тому числі в поза робочий час, повинні утримуватись від поширення інформації, зокрема розміщення коментарів на веб-сайтах і у соціальних мережах, що можуть завдати шкоди репутації державних органів та органів місцевого самоврядування.

Державні службовці та посадові особи місцевого самоврядування зобов'язані у своїй поведінці не допускати: використання нецензурної лексики, підвищеної інтонації; принизливих коментарів щодо зовнішнього вигляду, одягу, віку, статі, сімейного стану або віросповідання особи; поширення чуток, обговорення особистого або сімейного життя колег, членів їх сімей та інших близьких осіб; впливу приватних, сімейних, суспільних або інших стосунків чи інтересів на його (її) поведінку та прийняття рішень під час виконання своїх посадових обов'язків; прояву будь-якої з форм дискримінації за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, а також за мовними або іншими ознаками; дій сексуального характеру, виражених словесно (погрози, залякування, непристойні зауваження) або фізично (доторкання, поплескування), що принижують чи ображають осіб, які перебувають у відносинах трудового, службового, матеріального чи іншого підпорядкування [1].

Таким чином, формування іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування є важливим чинником ефективних комунікацій. Державні службовці мають формувати

сприятливе середовище для діалогу з представниками бізнесу, громадськістю, населенням, запобігати виникненню конфліктів та сприяти успішному вирішенню питань, що виникають у процесі комунікацій.

#### **Література:**

1. Наказ Національного агентства України з питань державної служби «Про затвердження Загальних правил етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування» від 05.08.2016 № 158. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16#Text>
2. Пойченко А.М., Зінкевічус В.О., Білорусов С.Г. Розвиток та відпрацювання критеріїв професіоналізму державних службовців. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конф. «Динаміка наукових досліджень 2004». Том 12. Державне управління. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. 226 с.
3. Portovaras T., Harbar Zh., Sokurenko I., Samoilyk Iu. Management of small business entities. Independent Journal of Management & Production. 2020. Vol 11, No 8. P. 680-694. DOI: [dx.doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1226](https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1226) Web of science.

**Скібіна Т. І.**

*К.в.н., доцент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна*

## **НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

Наразі державне управління в Україні здійснюється в умовах військової агресії Російської Федерації [1]. У складних умовах, коли Україна бореться за свою незалежність та територіальну цілісність, результативна державна політика набуває особливого значення. Адже, саме ефективна державна політика може створити передумови для відновлення національної економіки країни, дозволить оперативно реагувати на загрози внутрішнього та зовнішнього середовища впливу, сприятиме розвитку зовнішньоекономічної діяльності та покращенню внутрішньої практики господарювання.

Управління державою – це складний професійний процес діяльності державних службовців та посадових осіб різних рівнів самоврядування. Результат управління має вплив на рівень життя населення у державі. Саме ефективне державне управління забезпечує самозбереження, існування нації та визначає шлях її розвитку у майбутньому.

Наразі сучасні відносини у сфері державного управління охоплюють низку соціальних та економічних питань, що являють собою багатогранні теоретичні та практичні проблеми. Отже, для подальших досліджень щодо формування основ ефективного державного управління виникає об'єктивна необхідність у вивченні існуючих науково-теоретичних підходів до його результативності.

Концептуальні засади щодо розуміння поняття ефективності державного управління можна умовно поділити на такі, що розглядають ефективність державного управління як досягнення кінцевого результату діяльності, та такі, що оцінюють, результативність праці самого керівника та його внесок у досягнення кінцевої мети. Детальніше зупинимося на існуючих концепціях щодо визначення ефективності державного управління (рис.1).

Серед найпоширеніших підходів до розуміння ефективності управління є – класична концепція. Вона розглядає ефективність управління як процес, що спрямований на досягнення максимальних позитивних результатів за мінімальних витрат на них [2].

Наступна концепція – результативна, розглядає управління як процес спрямований на досягнення мети, запланованого результату. Саме за цією концепцією в органах державного управління впроваджені системи ключових показників ефективності (Key Performance Indicators – KPI) [3]. Система являє собою числові показники, що дозволяють вимірювати в числовому визначенні оптимальність процесу управління.



**Рис. 1. Наукові концепції щодо визначення ефективного державного управління**

Функціональна концепція ефективності розглядає управління з точки зору результативності управлінського персоналу, організаційної структури та відповідності їх загально визначеним орієнтирам, встановленим як загальнодержавними органами так і міжнародними організаціями. До ефекту, як результату управління, відносять результати системи управління, отримані в процесі понесених витрат на його функціонування.

Організаційна теорія визначає, що ефективність управління має вираження не тільки через результативність діяльності апарату управління та його здатність покращувати загальні результати діяльності, а ще у тому наскільки ефективна система управління та її організація в цілому. Основними критеріями за цією концепцією є здатність організаційно-управлінської структури підвищувати продуктивність та якість праці, підвищувати обсяги реалізації, тощо.

Дослідники концепції ефективності управління на основі досягнення "балансу інтересів" [4], вважають, що державне управління перш за все спрямоване на досягненні балансу між задоволенням очікувань та потреб індивідуумів та соціальних груп та органами державного управління.

Системна концепція ефективності управління стверджує, що на результати державного управління впливають як внутрішні чинники так і зовнішні фактори, а ефективність управління характеризує ступінь адаптації організації до факторів зовнішнього середовища [5].

Так, с точки зору теорії систем, державне управління повинне розглядатися як певна сукупність елементів, що взаємодіють між собою взаємозалежним чином. Таким чином, державне управління на кожному його рівні варто розглядати як частину загальнодержавної системи управління. Отже доцільним є впровадження критерію адаптивності, який дозволить оцінити відновлення результативної діяльності державного управління при виникненні дестабілізуючих кризових ситуацій. Можливість успішно подолати кризові ситуації, які виникають під час здійснення державного управління буде характеризувати орган державного управління як стабільну систему, здатну швидко приходити в рівноважний стан.

#### **Література:**

1. Aggression against Ukraine : resolution / adopted by the General Assembly A/RES/ES-11/1 URL: <https://digitallibrary.un.org/record/3959039?ln=ru> (дата звернення: 27.03.2022)
2. Makarenko M. Formation of the mechanism for managing the effective functioning of the enterprise. Actual problems of the economy. 2005. Vol. 1. pp. 126-135.
3. Ковбасюк Ю.В., Ващенко К.О., Сурмін Ю.П., Державне управління. Київ : НАДУ, 2012. 564 с.
4. Kaplan, Robert S., and David P. Norton. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston: Harvard Business School Press, 1996.

5. Hauner, D., & Kyobe, A. Determinants of government efficiency. World Development. 2010. № 38(11). pp. 1527–1542.

**Соколова А.О.,**

*к.е.н., доцент, завідувачка відділу*

**Савчук Л.А.**

*к.б.н., доцент, завідувачка відділу*

*Волинська державна сільськогосподарська дослідна станція*

*Інституту картоплярства НААН*

*смт Рокині, Луцький район, Волинська область, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАВДАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

Процес децентралізації владних повноважень в Україні створив передумови для самостійного соціально-економічного сільського розвитку на базі громад. Варто зазначити, що трансформаційні процеси, яких вкрай потребує система державного управління розвитком сільських територій держави, залежать від соціально-економічного стану більшості сільських територій, поширення тенденцій до їх занепаду, зубожіння значної частини сільського населення. Це зумовлює необхідність істотних змін у економічному забезпеченні реалізації процесу державного управління розвитком сільських територій. Адже саме надмірна централізація влади у межах існуючої системи й технологій державного управління «зверху–вниз» виявилася однією з причин стагнації економіки й занепаду сільських територій.

У сучасних дослідженнях з адміністративного права децентралізацію визначено як «такий спосіб організації публічної влади в державі, за якого адміністративно-територіальні одиниці або інші територіальні утворення мають право самостійно вирішувати питання місцевого значення і реалізувати власні завдання у межах, встановлених законодавством та під відповідальність уповноважених органів і посадових осіб, а втручання у їх діяльність може відбуватись винятково з метою нагляду за законністю в передбачених законом випадках і відповідних формах» [1, с. 49]. Саме прозорість і відкритість процедур прийняття рішення та процесу його реалізації, призводить до підвищення ефективності адміністративної діяльності, виявлення помилок, джерел їх походження, зростання свідомості та загострення почуття відповідальності за здійснені заходи і прийняті рішення щодо забезпечення сталого сільського розвитку.

В умовах децентралізації для розробки механізму сталого розвитку сільських територій доцільно здійснити детальний аналіз розвитку територіальних громад та населених пунктів, що входять до їх складу, визначити основні проблеми, що стримують її розвиток, а також наявний та прихований потенціал. Тому, досліджуваний механізм на низовому (локальному) рівні повинен формуватись з врахуванням соціальних, економічних, організаційних та адміністративних заходів, які спрямовані на реалізацію передбачених в стратегічних документах довгострокових й операційних цілей та конкретних завдань [2].

Обов'язковою складовою механізму є моніторинг, контроль та оцінка результативності реалізованих завдань в соціо-еколого-економічній сферах стратегії із визначенням індикаторів (показників) оцінки ефективності виконання завдань і заходів та досягнення цілей, визначених стратегією (програмою). Варто зазначити, що перед формуванням механізму сталого розвитку сільських територій цілі розвитку кожної громади варто скорегувати із врахуванням результатів громадського обговорення. Процес реформування місцевого самоврядування та

територіальної організації влади, дає надію на поступове вирішення соціо-еколого-економічних проблем сільських територій. Саме децентралізаційні перетворення повинні забезпечити не лише бюджетну автономію і фінансову самостійність сільських територіальних громад, а й чіткий розподіл компетенцій, сформований за принципом субсидіарності.

Нині надзвичайно актуальним є питання формування та використання бюджету створених громад, що, насамперед, пов'язано з забезпеченням прозорості місцевих бюджетів як елементу ефективного проєктування стабільного та збалансованого соціально-економічного розвитку території. Це є своєрідною запорукою забезпечення прав платників податків на якість суспільних благ, адже відомо, що бюджет – це компроміс з приводу способів витрачання суспільних коштів, тому прозорість – це проблема врахування найбільшої кількості позицій, а отже, належної комунікації зацікавлених сторін. Тому одним із інструментів організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку сільських територій є реалізація громадянських прав (у тому числі прав платників податків), через партнерство *публічної влади (ПВ)* і *громадянського суспільства (ГС)*. В Україні подібний досвід лише формується. Проблема участі *ГС* в економічному житті територіальних громад все ще залишається на периферії наукового дискурсу. У центрі цього дискурсу натомість превалюють політичні, політтехнологічні аспекти. У контексті необхідності забезпечення прозорості місцевих бюджетів назріла потреба активізувати й урізноманітнити дослідження розвитку різних форм діалогу *ГС* та *ПВ* з приводу складних соціально-економічних процесів, зокрема пов'язаних із розвитком сільських територій [3, с. 94].

Отже, основними завданнями механізму забезпечення сталого розвитку сільських територій на сучасному етапі є:



**Основні завданнями механізму забезпечення сталого розвитку сільських територій в умовах децентралізації**

Вважаємо, що для забезпечення сталого розвитку сільського господарства і сільських територій доцільно раціонально поєднати територіально-самоврядну систему управління розвитком сільських територій і галузеву систему управління розвитком агропромислового виробництва на засадах децентралізації влади та диверсифікації джерел фінансування розвитку сільських територій. Остання передбачає, що розвиток сільських територій повинен здійснюватися за рахунок коштів Державного та місцевих бюджетів, коштів юридичних та фізичних осіб, європейських грантів тощо.

**Література:**

1. Wiktorowska A. Prawne determinante samodzielności gminy. Zagadnienia administracyjne. Warszawa: LIBER, 2002. S. 49.
2. Ратошнюк Т.М., Соколова А.О. Сучасний стан та оцінка конкурентоспроможності об'єднаних територіальних громад: регіональний аспект. Вісник аграрної науки. 2021. № 7. С.67-75. DOI: <https://doi.org/10.31073/agrovisnyk202107-08>.
3. Людський розвиток в Україні: пріоритети розвитку сільських поселень у контексті децентралізації управління / за ред. Е.М. Лібанової; відп. за вип. О.В. Макарова, Т.А. Заяць ; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. Київ : Академперіодика, 2020. 354 с.

---

## Section 7.

# EDUCATION MANAGEMENT: INNOVATIVE TEACHING METHODS AND CURRENT TRAINING TECHNOLOGIES

---

**Stryhul M.V.**

*Ph.D. (in Sociology), Associate Professor,  
Department of Sociology and Political Science,  
National Aviation University, Kyiv*

## DEVELOPMENT OF NEW FORMS OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Change of information saturation of curricula, consolidation of the training material causes a number of problems in the organization of educational process which decision provides the using distance learning. In turn, it is supposed that its introduction is technologically prepared and culturally legitimized by the process of the computerization of various education levels and societies in general.

For this reason the special importance is gained that circumstance that cyberculture with its special cyberspace actively participates in the socialization of the younger generation of the XXI century. The assimilation of virtual reality, transformation into humdrum of the communicative processes which are carried out in its framework is an essential prerequisite for development of distance learning. In full measure this prerequisite is realized only in the USA.

Understanding distance learning not only as pedagogical technology, but also as social practice, it should be noted that it promotes implementation of modernization transformation of communicative processes of higher school. In the developed countries of the West, and in sight and around the world, the distance learning is an opportunity to overcome cost intensity of higher education. We will notice that branched, multidimensional distance learning is expensive even in Germany, where its introduction lags behind the USA, not to mention Ukraine [1]. However, in sight it allows to reduce the price of higher education, increasing its quality.

Distance learning gives the chance to expand the student's contingent without a noticeable increase in the teaching staff and growth of expenses on material security of the educational process. The theoretical reflection of this process underlies the idea of the global virtual university of the American sample. The vulnerability of this idea, when the virtual university or the virtual high school are considered as self-sufficient educational institutions, is lack of a complex the practitioner, based on personal knowledge and also in ignoring of the allocating function of education. The virtual university is engaged in training for virtual societies therefore it abstracts from a situation in concrete labor markets, however, potentially gives the chance to carry out selection of students, allowing to select the most capable among them.

Development of distance and virtual learning changes a landscape of higher education. If earlier the universities were considered as a microcosm where knowledge is generated, then today higher education has no restrictions in national borders and territories. It becomes by territorial education, falls within all scopes of modern society, gets into each cage of the social world. There are not only students or corporations, but also government structures among consumers of high school online programs of training. Higher education became more flexible (Z. Bauman) and even deinstitutional (P. Scott).

Remote education develops both in the universities and colleges, and in new completely virtual educational institutions which don't assume the material existence of the campus. The market of virtual education in which an important role is played by commercial structures, the communication and multimedia companies are formed. There are powerful multinational corporations, new types of partnership, the coalitions and alliances in higher education. Still in the mid-nineties the last century the large universities of the USA and Great Britain (the universities of Leeds, Manchester, Sheffield, Southampton, York in Great Britain and the universities of states, Wisconsin, Illinois, Pennsylvania, the University of California, the University of Washington in the USA) have started creation of the worldwide university network. The global virtual educational institution has been founded in April, 2000. It includes group of the universities of Great Britain, Australia, Canada, New Zealand, Singapore and the United States, which task is the combination of joint efforts in scientific research, expansion of opportunities for exchange of scientific and methodical materials, control of quality of training.

More and more virtual universities are open in the USA, Australia, Great Britain, Canada, which present programs and courses far away from the countries in the online mode of receiving the profit. Their position of the leader in the international education market doesn't raise doubts. So, in the USA the virtual universities exist in 35 states. The United Nations plans to open in Toronto the World Trade University, which will offer the programs in world economy and international law necessary for further development of global world trade.

In such conditions classical higher education institutions begin to share the functions with a set of associations and partners both in an education system, and beyond its limits. It creates a great number of problems, including problems of the quality of higher education, its assessments, availability. On the other hand, modern processes of diversification of higher education become one more confirmation of a complication of the sociocultural environment and are defined by command of time. Therefore the traditional universities are forced to adapt to new sociocultural reality which demands essential transformations.

On the other hand, the development of forms of higher education on the basis of new information technologies promotes formation of a new paradigm in education – open education which is often called the most adequate form of civilization development of society. It is possible to carry a policy humanization in the fields of education, education fundamentalizations, overcoming dissociation of natural-science and humane education, the continuity of education, the advancing nature of education, its availability and also new quality of education to the main imperatives of open education [2].

Transnational higher education has four main forms of the international cooperation, namely:

- 1) the formation of educational programs and institutional mobility that leads to formation of new international standards of educational programs;
- 2) the individual mobility providing usually academic mobility of students and professional mobility of instructors which is carried out with the educational and scientific purpose;
- 3) the integration into training programs of the international measurement and educational standards;
- 4) the institutional partnership directed to the creation and formation of strategic educational alliances and international educational corporations.

Summing up the above, it should be noted that transnational education positively influences career, outlook, self-confidence and successful socialization of the personality in the conditions of informatization of society. Studying abroad, the person considerably broadens horizons, he has an opportunity to learn modern languages, to get acquainted with culture and a way of life, to expand the human capital and to increase the skill level. But in modern conditions in our country the asymmetry in interstate educational exchange is observed, transnational education is considered as one of the strategies of creation of single educational space.



**References:**

1. Альтбах Ф. Г. Высшее образование и WTO: безумие глобализации / Ф.Г.Альтбах // Alma Mater. Вестник высшей школы. – 2001. – № 6. – С. 39–42.
2. Kyvik Svein. Structural Changes in Higher Education Systems in Western Europe / Svein Kyvik // Higher Education in Europe. – 2004. – Vol. 24 (3). – P. 393–409.

**Білошанка В.С.**

*к.е.н., доцент,  
професор кафедри банківської справи та страхування  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана», Київ, Україна*

## **ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНОЇ ПЛАТФОРМИ ZOOM ПРИ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

Переваги дистанційної форми навчання видаються очевидними: можливість здобуття професійної освіти в більш короткі терміни з урахуванням індивідуальних запитів студента, можливість навчатися у зручний час та незалежно від розташування навчального закладу, можливість поєднувати здобуття освітніх послуг та роботу, використання величезної кількості джерел інформації, широке використання інформаційних та телекомунікаційних технологій.

В цілому, особливістю дистанційного спілкування є дистанційно-часовий розрив, відсутність інтонації, пауз, невербальних засобів спілкування загалом, які доповнюють вербальні засоби у реальному спілкуванні [1,с.116]. Певний апофатизм і неформальна комунікація у соціальних мережах також знижує рівень контролю і може навіть породжувати конфліктні ситуації або двозначність. Соціально-психологічною основою та причиною конфлікту може виступати саме неформальна комунікація (неповнота, неточність фактів, сторонні факти, ненадійність джерела інформації), або її феномени (оприлюднення скандальної інформації, мимовільна дезінформація, чутки, міфи). Вирішення конфліктної ситуації може залежати не тільки від суб'єктів конфлікту, але також від прямих та непрямих його учасників, «третьої сторони», яка може бути посередником, так і підбурювачем конфліктної ситуації. Відомо, що гумор може і спровокувати, і нейтралізувати конфліктну ситуацію в умовах анонімності та дистанційно-часового розриву доступу інформації. Без візуалізації в умовах дистанційного спілкування гумор або сарказм можуть розпалювати конфліктну ситуацію, сприйматися як образа.

Натомість, хмарна платформа Zoom має, мабуть, найбагатший функціонал, у тому числі у базовій версії. Zoom створює можливості для проведення відеоконференцій, онлайн-зустрічей та дистанційного навчання. За його допомогою можливі великі інтерактивні заходи із трансляцією відео, звуку та екранів (можуть брати участь до 100 учасників у безкоштовній версії програми). Zoom налаштовується для управління великими аудиторіями з використанням реєстрації, елементів управління організатора, опитувань, питань та відповідей, голосування підняттям рук, чату, відеозаписів заходу.

Серед переваг Zoom можна назвати можливість кожної групи студентів настроювати конференцію з окремим ідентифікатором. Також у викладача-організатора конференції є можливість включити «Зал очікування». Це означає, що при підключенні до конференції студент не одразу потрапляє у віртуальну кімнату, а лише після підтвердження викладача. У процесі заняття викладач може відправити студента до «Зали очікування» і потім знову його повернути до загальної віртуальної кімнати. Ця можливість буде корисною, наприклад, у разі будь-яких ігрових завдань на заняттях, коли студент не повинен бути присутнім у віртуальній аудиторії у певний час. У викладача-організатора конференції є можливість вимикати та включати всі мікрофони, а також вимикати відео та вимагати включення відео у всіх студентів,

що також є корисною опцією, що дозволяє оптимально організувати процес роботи та контролювати його. Однією з найважливіших переваг Zoom для дистанційного навчання є розширені можливості демонстрації екрану.

Якщо при дистанційному навчанні викладач використовує хмарну платформу Zoom, тоді він приділяє увагу різним формам роботи, спрямованим на реалізацію особистісно-орієнтованих технологій спілкування та співробітництва. Деякі аспекти цієї діяльності: організація оптимальних (за різними параметрами) малих творчих груп; моніторинг виконання завдань, спрямованих на засвоєння знань та їх перевірку; аналіз та оцінка творчих завдань, засвоєних знань, умінь, навичок у вирішенні конкретних проблем.

Можна стверджувати також, що для студентів та викладачів дистанційного навчання з використанням хмарної платформи Zoom, що знаходяться на відстані один від одного, особливо важливий настрій на порозуміння, конструктивний діалог, толерантність, дружній, але водночас діловий стиль спілкування. Це, безумовно, створює необхідні умови для успішної реалізації дистанційного навчання.

При опануванні нового матеріалу викладачу дистанційного навчання також слід: планувати можливу інтерпретацію матеріалу студентами; передбачати можливі питання та підготувати на них досить розгорнуті та повні відповіді; підбирати приклади досліджуваного явища; передбачити додаткові форми спілкування (чати, листи електронною поштою) у разі потреби; давати відомості про існуючі джерела інформації на запропоновану тему тощо [2,с.51].

Нам видається важливим, щоб викладач дистанційного навчання тактовно (в неявній формі) здійснював функції комунікативного лідера. Це виявляється у тому, що він: 1) створює в студентів необхідний психологічний настрій на сприйняття інформації, розв'язання завдань, співробітництво; 2) чітко та ясно формулює питання, намагається зробити їх максимально цікавими, а також прагне отримати вичерпні відповіді; 3) веде бесіду у ZOOM-конференції, ненав'язливо спрямовує дискусію в потрібне русло, не дає змоги відвести убік від предмета обговорення; 4) уважно аналізує відповіді, мотивовано оцінює їх; 5) враховує психологічні особливості студентів, стимулює висловлювання інтровертів, «охолоджує запал» екстравертів, надає можливість усім висловити свої думки, пом'якшує різкі висловлювання опонентів, запобігаючи конфліктам.

#### **Література:**

1. Курило О. Й., Розман І. І. Вербальні на невербальні аспекти культури спілкування. Науковий журнал «Молодий вчений». № 4, 2017. С. 114-118.
2. Купріянов О. В. Основи дистанційного навчання: навч. Посібник. Укр. інж.–пед. акад. Харків: Друкарня Мадрид, 2020. 91 с.

**Варнавська І.В.**

*к.пед.н., доцент*

*Херсонський державний аграрно-економічний університет,  
м.Херсон, Україна*

## **АСПЕКТИ ПРАКТИЧНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Методика реалізації інтерактивних технологій в освітніх закладах має свої специфічні особливості, і є такі її складові, що відрізняють цю технологію від інших педагогічних технологій. Вважаємо, що специфічною особливістю інтерактивних технологій є методи навчання. Метод – це:

- 1) шлях дослідження чи пізнання;
- 2) сукупність прийомів чи операцій практичного чи теоретичного засвоєння дійсності, підпорядкованих вирішенню конкретного завдання;
- 3) спосіб діяльності, спрямований на досягнення цілей;

4) спосіб теоретичного дослідження чи практичного здійснення чогось.

Інтерактивні технології мають методи здійснення навчального процесу. Для ефективного практичного застосування вивчено їх структуру, правила реалізації. Вважаємо, доречним зупинитися на основних технологіях:

1. Дидактична, ділова гра – виконання студентами дій, аналогічних тим, що мають місце у житті. Структура дидактичної гри спирається на взаємозв'язок п'яти основних компонентів:

1. Дидактичне завдання формулюється педагогом і відображає мету навчання. Дидактичне, ділове завдання перетворюється на ігрове завдання – завдання, що ставиться перед підлітками і мотивує їх ігрову діяльність із діловим підтекстом на занятті. Вся увага студентів спрямована на здійснення ігрових дій, а завдання навчання не сприймається. Це робить ділову гру унікальною, оскільки підлітки мимоволі засвоюють комплекс знань, умінь і навичок.

2. Ігрові дії – це окремі елементи ігрової, ділової діяльності. Чим різноманітніші ігрові дії, тим цікавіша для аудиторії ділова гра. Ігрові дії реалізують задум гри і визначаються необхідністю розв'язання дидактичного завдання.

3. Правила дидактичної, ділової гри обумовлені як необхідністю керувати ігровою діяльністю (як і звичайних іграх), а й дидактичним завданням, і навіть загальними завданнями формування особистості студента.

4. Підбиття підсумків відбувається у кінці гри і є її обов'язковим компонентом. При підбитті підсумків необхідно підкреслити досягнення кожного учасника, успіхи студентів, що мають певні труднощі.

Усі структурні компоненти дидактичної, ділової гри взаємопов'язані, відсутність чи неефективна реалізація будь-якого їх, неминуче вплине на результат.

2. Імітаційний тренінг. Основними засадами тренінгового навчання є принципи активності, дослідницької позиції, усвідомленої поведінки, суб'єкт-суб'єктного спілкування, зворотний зв'язок. До того ж зворотний зв'язок дозволяє учасникам швидко коригувати неадекватний образ дій і виробляти оптимальну стратегію поведінки.

Як правило, у тренінгових заняттях виділяють п'ять стадій:

1. Підготовка, що включає мотивацію, налаштування, планування роботи, встановлення правил.

2. Усвідомлення: розуміння сутності теми, її значення особисто для учасника тренінгу.

3. Переоцінка – вирішення проблемних ситуацій на основі особистого досвіду, проблемне обговорення рішень, порівняння з особистим досвідом.

4. Дія: виконання вправ, творчих завдань, обговорення результатів.

5. Рефлексія – оцінка результатів тренінгу і ступеня задоволеності заняттям усіх учасників.

Слід зазначити, що проведення занять у комп'ютерному класі, наявність локальної мережі, виходу до Інтернету та інтерактивної дошки дозволяє викладачеві значно розширити аудиторію тренінгу, задіяти зовнішніх експертів, крім усних емоційних обговорень, залучити до роботи тренінгу обговорення на форумах та у чатах. За такої форми організації занять комп'ютер починає виступати як ефективний засіб досягнення практичної мети.

3. Евристична розмова. Студенти за допомогою вмілої постановки питань викладача та завдяки власним зусиллям і самостійному мисленню, доходять до самостійної правильної відповіді.

Викладаючи навчальний матеріал методом евристичної бесіди, педагог час від часу звертається до групи з питаннями, які спонукають створити ситуацію колективного пошуку, в якому відбувається обмін думками, припущеннями, здогадками, різними варіантами проміжних рішень, студенти шукають істину у взаємодії та взаємодопомозі, активізуючи мислення один одного.

Активізація пізнавальної діяльності визначається не методом бесіди, а правильним формулюванням і постановкою питань:

– вони мають бути логічно пов'язані;

- вони мають відповідати рівню розвитку підлітків;
- вони не повинні підказувати відповідь.

Поставивши питання, викладач уважно, не перебиваючи, вислуховує відповідь, потім звертається до групи із пропозицією доповнити чи виправити помилки. У разі, коли студенти вагаються з відповіддю або починають уникати правильного шляху пошуку, за допомогою підказки, яка може бути додатковим питанням, педагог спрямовує думку їх у потрібний напрям.

#### **Література:**

1. Варнавська І.В. Аспекти застосування інноваційних методів навчання при викладанні економічних дисциплін // Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал. Вип. 5. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С.104-112.
2. Мельник В.В. Інтеракція в освітньому процесі: технологія організації. Управління школою. 2006. №13. С.15-34.
3. Психологія: Підручник / За ред. Ю. Л. Трофімова. Київ: Либідь, 2005. 560 с.

**Копилиць Є.В.**

*к. пед. н.*

*Комунальний заклад «Полтавський обласний центр національно-патріотичного виховання, туризму і краєзнавства учнівської молоді Полтавської обласної ради»,  
Полтава, Україна*

## **ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ГУРТКІВ ТУРИСТСЬКО-КРАЄЗНАВЧОГО НАПРЯМУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ КРІЗЬ ПРИЗМУ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ**

Ми неодноразово привертали увагу до проблеми професійної компетентності керівників гуртків туристсько-краєзнавчого напрямку позашкільної освіти, особливості якої досі не були предметом ґрунтовного дослідження вітчизняних науковців [1; 2]. На нашу думку, одним із перспективних напрямів фахового розгляду означеного питання є розгляд специфіки професійної компетентності керівників гуртків туристсько-краєзнавчого напрямку позашкільної освіти у контексті менеджменту освіти.

Але якою мірою керівник туристсько-краєзнавчого гуртка є менеджером? У наказі Міністерства освіти і науки України від 01.06.2013 № 665, яким було затверджено кваліфікаційні характеристики професій (посад) педагогічних та науково-педагогічних працівників навчальних закладів, фігурують назви професій (посад) відповідно до чинної на час його підписання редакції Класифікатора професій. Із них керівник групи туристичної (походу, екскурсії, експедиції) у позашкільних закладах належав до розділу «Керівники», а керівник гуртка (керівник аматорського дитячого колективу, гуртка), інструктор з туризму, екскурсивод навчальних закладів – до розділу «Фахівці».

Менш ніж за півтора роки цей документ втратив чинність (наказ МОН від 17.10.2014 № 1183). Та проблема лишилася. За чинним Класифікатором професій ДК 003:2010 керівник гуртка належить до групи «Керівники підрозділів у сфері культури, відпочинку та спорту» розділу «Керівники»; утім, керівника аматорського дитячого колективу (гуртка, студії та ін.) віднесено до розділу «Фахівці». ЦК Профспілки працівників освіти і науки України у листі до МОН від 31.03.2017 № 02-5/172 констатував, що посада «Керівник гуртка, секції, студії, інших форм гурткової роботи», яка є базовою для закладів позашкільної освіти, Класифікатором професій не передбачена. Досьгодні цю проблему не розв'язано.

Якщо екстраполювати запропоноване О.І. Мармазою тлумачення особливостей об'єкта управління, яким є освітня структура [3, с. 16], на керівника гуртка, що впродовж року неодноразово здійснює туристські мандрівки з вихованцями, то ними, з-поміж іншого, будуть:

- вік. Відповідно до чинної Інструкції щодо організації та проведення туристських спортивних походів з учнівською та студентською молоддю України (наказ МОН від 02.10.2014 № 1124), крім дитячої групи, керівнику туристського спортивного походу від 2 ступеня складності підпорядковується один чи кілька заступників, що вимагає врахування особливостей людей різних вікових груп;

- гендерний аспект. В умовах автономного існування туристської групи на маршруті керівник відповідає за життя та здоров'я всіх учасників походу та організовує життєдіяльність як хлопців, так і дівчат;

- дитячий колектив. Під час походу група учнівської молоді опиняється в умовах, відмінних від умов звичного способу життя.

Специфічними особливостями управлінської діяльності [3, с. 16] в означених умовах є:

- підвищена відповідальність за власні дії, дії заступника чи помічника керівника, оскільки в умовах походу вони пов'язані з підвищеною небезпекою для учасників походу;

- значна кількість напрямів та видів діяльності, якими неможливо оволодіти однаково досконало (саме комплексність та універсальність трудової діяльності ми пропонували вважати специфічною рисою, яка визначає особливості професійної компетентності керівника туристсько-краєзнавчого гуртка [2]);

- різні мотиви, рівні зацікавленості, ступені зрілості керівника туристської групи та учасників походу;

- творчий характер діяльності, пов'язаний із необхідністю самостійно оперативно та компетентно реагувати на ситуації життєдіяльності та педагогічної взаємодії під час походу;

- соціальний статус. Попри високий рівень професійної відповідальності, посадовий оклад керівника гуртка обмежений 12 тарифним розрядом, що відповідає окладу вчителя другої категорії. Відпустка у педагогічних працівників закладів позашкільної освіти 42 дні, тоді як у педагогів закладів загальної середньої освіти – 56 днів. Водночас у туристській групі йому повинні підпорядковуватися вихованці, які мають стереотипне уявлення про імідж керівника [3, с. 27] та батьки яких мають вищий соціальний статус;

- висока нервово-психічна напруга, пов'язана з наведеними вище обставинами.

Таким чином, аналіз професійної компетентності керівників гуртків туристсько-краєзнавчого напрямку позашкільної освіти у контексті менеджменту освіти дає змогу виокремити її суттєві особливості.

#### **Література:**

1. Копилець Є. Копилець Є. В. До питання про сутність і структуру професійної компетентності керівників гуртків закладів позашкільної освіти. Імідж сучасного педагога. 2018. № 6. С. 40-42.
2. Копилець Є. До проблеми професійної компетентності керівників гуртків туристсько-краєзнавчого напрямку позашкільної освіти. Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 2-3 квітня 2020 року. Київ – Кропивницький: ЛА НАУ, 2020. С. 76-84.
3. Мармаза О.І. Менеджмент освітньої організації. Харків: ТОВ «Щедра садиба», 2017. 126 с.

**Мендела Є.М.**

*асистент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи  
факультету туризму  
Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника  
м. Івано-Франківськ, Україна*

## **SOFT SKILLS ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА МЕТОДИЧНІ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Готельно-ресторанний бізнес у рамках сфери послуг та професійної діяльності здійснює готельно-ресторанне обслуговування, формування, просування, збут та організацію споживання готельно-ресторанних послуг. Таким чином, підготовка фахівців у цій галузі, здатних вирішувати як професійні, так і практичні завдання, характерні для сфери готельно-ресторанного менеджменту, передбачає формування загальної та професійної компетентностей, які включають комплекс організаційно-методичних напрямків, у тому числі вміння:

- командної роботи;
- використання інформаційно-комунікаційних технологій;
- планування, аналізу і контролю власної роботи та роботи обслуговуючого персоналу;
- забезпечення безпеки основних і додаткових послуг у готельному та ресторанному господарстві;
- застосування інноваційних методів в обслуговуванні клієнтів для покращення результатів власної та чужої праці;
- обліку комерційних операцій готельно-ресторанного господарства;
- впровадження ефективних внутрішніх комунікацій та навички взаємодії у професійній діяльності.

Організаційно-методичні компетенції розвиваються протягом усього періоду підготовки майбутніх спеціалістів сфери послуг у вищих навчальних закладах, особливо під час вивчення деяких професійно-орієнтованих фахових освітніх компонентів: готельне обслуговування, ресторанне обслуговування, технології продукції ресторанного господарства, інформаційні системи та технології у готельному та ресторанному господарстві, економіка закладів готельно-ресторанного господарства, маркетинг, правове регулювання та забезпечення безпеки споживачів готельних та ресторанних послуг, устаткування закладів готельного та ресторанного господарства. Особливе значення має практична підготовка на діючих господарствах готельно-ресторанного бізнесу, оскільки в цьому випадку студенти можуть практикувати досвід роботи адміністратора залу та орієнтуватися на особливості організаційно-методичної діяльності. Адміністратори залу надають відвідувачам ресторану ефективні культурні послуги та створюють для них комфортні умови, консультують відвідувачів щодо надання послуг, забезпечують знайомство з асортиментом страв та напоїв, контролюють раціональне оформлення вестибюлів, барів, вітрин, тощо; Виконують окремі службові доручення своїх безпосередніх керівників [1].

Враховуючи прагнення України до європейського простору, навчальний процес підготовки фахівців сфери послуг має базуватися не тільки на базових компетенціях для підвищення кваліфікації, а й враховувати «м'які» компетенції, необхідні студентам усіх спеціальностей, дослідження демонструють зарубіжний досвід в Україні [4]. Поняття «soft skills» є відносно новим і значною мірою недослідженим. Тому вкрай важливо враховувати розвиток «м'яких» навичок студентів під час навчання в університеті.

Аналізуючи освітні програми підготовки майбутніх спеціалістів сфери послуг, ми бачимо, що більшість освітніх компонентів передбачає формування професійних компетенцій. Виникає логічне запитання, як студенти набувають soft skills, відточуючи їх на практиці під

час навчання? По-перше, важливо змінити форму навчання загалом. Пасивні стилі навчання мають поступитися місцем активним процесам навчання, використовуючи творчість у спілкуванні, наочності та взаємодії. Нові технології мають бути основним інструментом для педагогів. Технічні курси можуть бути різноманітними не тільки через вивчення технічних процесів, а й через майстер-класи з рестораторами, технологами чи менеджерами-практиками, слухаючи їхні інтерв'ю чи переглядаючи YouTube-канали провідних світових експертів у цій галузі. Заняття з устаткування в готелях і ресторанах цікавіше, якщо використовувати окуляри доповненої реальності та техніку 3D-візуалізації [5].

Будь-який студент так чи інакше буде поступово розвивати свої «soft skills», навчаючись разом із колегами, викладачами, допоміжним персоналом. Це ефективніше, якщо студенти активно залучаються до різноманітних гуртків, спілок, громадських об'єднань, наукових товариств, студентських самоврядувань тощо. Така діяльність у різноманітних студентських та молодіжних ініціативах допомагає покращити комунікативні навички та взяти на себе відповідальність за прийняття рішень [3].

У навчальному процесі важливо привчати студентів до активного слухання, тобто розвивати вміння уважно слухати й задавати допоміжні запитання, щоб вони могли ширше висловлювати свою думку та чіткіше пояснювати свої позиції. Вміння аргументовано вести переговори, тактовно і грамотно сприяє розвитку особистісних якостей менеджера сервісу. Уміння переконувати за допомогою вербальних і невербальних елементів спілкування також буде актуальним. Навички письма (наприклад, вміння писати звіти, вести ділові комунікації) також важливі для фахівців готелів і ресторанів [2].

Окремою, але не менш важливою здібністю є вміння критично мислити. Емпатія займає особливе місце в переліку професійних значущих характеристик сучасних професіоналів сфери послуг. Не останнє значення мають емоційний інтелект, позитивний настрій, бажання пізнавати нове, вміння творчо й нестандартно вирішувати проблеми, прагнення до саморозвитку.

Але для того, щоб успішно розвивати вміння застосовувати отримані навички в робочому середовищі, необхідно практикувати їх протягом усього навчального процесу, оскільки вони мають тенденцію до зворотного розвитку. У сучасних умовах «soft skills» не тільки доповнюють «hard skills» для створення нових можливостей, але й сприяють розвитку та формуванню професіоналізму.

Постійний розвиток нових технологій спонукає людей постійно прагнути до себе, вдосконалюватись, здобувати додаткові навички та розвиватися в обраній професії. Тому навчальний процес також потребує змін, запроваджуючи нові інтерактивні технології, які спрямовані не лише на розвиток професіоналізму, а й сприяють особистісному розвитку майбутніх фахівців, які можуть швидко змінюватися, розвиватися, спілкуватися, швидко вчитися, реагувати на нові виклики та експериментувати. Впровадження методів розвитку «soft skills» на всіх етапах професійної підготовки майбутніх спеціалістів сфери послуг забезпечить вищу якість роботи за фахом та конкурентоспроможність наших випускників на ринку праці.

#### **Література:**

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. – Випуск 65. «Торгівля та громадське харчування», що затверджено наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України 30.11.1999 р. N 918. Погоджений Міністерством праці та соціальної політики України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0918204-99> (дата звернення 27.05.2022).
2. Іванова І. С. Траєкторія розвитку «soft skills» у студентів факультету агротехнологій та екології як один з важливих чинників формування професійних навичок молоді. Удосконалення освітньо-виховного процесу в закладі вищої освіти : зб. наук.-метод. праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного. Мелітополь, 2020. Вип. 24. С. 18-24.

3. Коваль К. О. Розвиток «SOFT SKILLS» у студентів – один з важливих чинників працевлаштування. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2015. № 2. С. 162–167
4. Сімакова І. О. Використання кейсового методу для навчання іншомовної професійно орієнтованої дискусії студентів інженерних спеціальностей. ВІСНИК НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. 2010. Вип. 3. С. 191–195.
5. 10000 videos Soft Skills. URL:<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.thv.softskills&hl=u> (дата звернення 27.05.2022).



*Наукове електронне видання*

**МАТЕРІАЛИ**

*II-ої Міжнародної науково-практичної конференції*

**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В  
УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ»**

**ЗБІРНИК ТЕЗ**

**31 травня 2022 року**

**(м. Херсон, м. Кропивницький)**

**ISBN 978-617-7941-86-5 (електронне видання)**



*Матеріали збірника подаються в авторській редакції та друкуються мовою  
оригіналу*

**Відповідальність за достовірність змісту, фактів, графічних матеріалів  
покладається на авторів**

**Наукова редакція – Кириченко Н.В., Жосан Г.В.**

**Відповідальний за випуск – Кириченко Н.В.**

**Технічний редактор – Жосан Г.В.**

Підписано до видання 04.07.2022 р. Формат 60×84/8.  
Гарнітура Times. Ум. друк. арк. 10,29. Обл.-вид. арк. 11,07.  
Замовлення № 3068.

**Адреса редакції:**

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
Кафедра менеджменту та інформаційних технологій

Сайт: [www.ksau.kherson.ua](http://www.ksau.kherson.ua)

E-mail: [enn89@ukr.net](mailto:enn89@ukr.net)

Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С.  
Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої справи:  
серія ХС №48 від 14.04.2005, видано Управлінням у справах преси та інформації  
73000, Україна, м.Херсон, вул. Соборна, 2,  
тел. 050-514-67-88, 080-133-10-13, e-mail: [printvvs@gmail.com](mailto:printvvs@gmail.com)

ISBN 978-617-7941-86-5

