

**Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Бакинський слов'янський університет
Батумський навчальний університет навігації
Інститут ім. доктора філософії Яна-Урбана
Сандаля (Норвегія)
Гданський університет (Польща)
Кошицький технічний університет
Національний інститут економічних
досліджень (Грузія)
Управління освіти і науки
Чернігівської обласної державної адміністрації
Управління освіти Чернігівської міської ради
ОКПНЗ «Чернігівська МАН учнівської молоді»
Комунальна установа «Центр професійного розвитку педагогічних
працівників Чернігівської міської ради»**

«НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА» (НТСС-2021)

**II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
(м. Чернігів, 17 грудня 2021 р.)**

Тези доповідей

Частина II

Чернігів 2021

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА НТСС-2021

УДК 657.1/.6(063)
Н73

*Затверджено до друку вченою радою
Національного університету «Чернігівська політехніка» (протокол № 11 від 30.11.2021 р.)*

Н73 **Новітні** технології сучасного суспільства (НТСС-2021): II Міжнародна науково-практична конференція (м. Чернігів, 17 грудня 2021 р.): тези доповідей : у 2 ч. Ч. II. – Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2021. – 306 с.

ISBN 978-617-7932-36-8

У матеріалах конференції «Новітні технології сучасного суспільства (НТСС-2021)» вміщено результати наукових досліджень талановитих учнів та студентів у галузях технічних, комп'ютерних, природничих, економічних та правових наук. Ці матеріали об'єднують наукову роботу учнів, студентів, магістрів та їхніх наукових керівників.

Матеріали конференції будуть корисними учнівській молоді для підготовки захисту наукових робіт у межах Малої академії наук, а також студентам у процесі підготовки та під час захисту випускних бакалаврських і магістерських робіт.

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

Відповідальність за викладення, зміст та достовірність тез доповідей несуть їх автори.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова організаційного комітету:

Олег Новомлинець, д.т.н., проф. (ректор Національного університету «Чернігівська політехніка»)

Співголови:

Микола Конопацький (начальник Управління освіти і науки Чернігівської обласної державної адміністрації);

Василь Білогура (начальник управління освіти Чернігівської міської ради);

Наталія Лещенко (директор ОКПНЗ "Чернігівська Мала академія наук учнівської молоді");

Яніна Тимошенко (директор КУ «Центр професійного розвитку педагогічних працівників ЧМР»)

Заступники голови організаційного комітету:

Вікторія Маргасова, д.е.н., проф. (проректор Національного університету «Чернігівська політехніка»);

Сергій Цибуля, д.т.н., проф. (директор ННІ МІТТ Національного університету «Чернігівська політехніка»);

Сергій Іванець, к.т.н., доц. (директор ННІ ЕІТ Національного університету «Чернігівська політехніка»);

Олена Сорочович (заступник начальника Управління освіти і науки ЧОДА);

Олена Горна (заступник начальника управління освіти Чернігівської міської ради)

Члени організаційного комітету:

Володимир Базилевич, к.е.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Вячеслав Безручко, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Ірина Білоус, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Володимир Войтенко, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Тимур Ганєєв, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Вячеслав Гордієнко, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Олексій Городній, к.т.н. (НУ «Чернігівська політехніка»);

Тетяна Давидова, к.п.н. (Управління освіти і науки Чернігівської обласної державної адміністрації);

Юрій Денисов, д.т.н., проф. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Жанна Дерій, д.е.н., проф. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Роман Єршов, ст. викл. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Володимир Журко, ст. викл. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Володимир Казимир, д.т.н., проф. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Оксана Міронова (комунальна установа «Центр професійного розвитку педагогічних працівників ЧМР»);

Павло Наумчик, к.п.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Наталія Немикіна, (ОКПНЗ "Чернігівська Мала академія наук учнівської молоді");

Валентин Нехай, асистент (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Ірина Прибитько, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Анатолій Приступа, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Анатолій Ревко, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Юлія Ткач, д.п.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»);

Вікторія Челябієва, к.т.н., доц. (Національний університет «Чернігівська політехніка»)

УДК 657.1/.6(063)

ISBN 978-617-7932-36-8

© Національний університет
«Чернігівська політехніка», 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ. ЕКОНОМІКА ТА ПРАВО

Підсекція 1: Економічна теорія та історія економічної думки

Лисенко І. В. Інноваційні аспекти маркетингової діяльності підприємств.....	7
Серпенінова Ю. С., Ярошина А. П. Інновації в звітності фінансових посередників	9
Андрушко А. С. Особливості молодіжного безробіття в Україні.....	10
Артеменко В. В., Ткаченко Є. Р. Перспективи реформування лісової галузі	12
Архипова Д. С. Творчий потенціал людини та його роль в управлінні підприємством.....	13
Висторопська А. В. Підвищення ефективності навчання працівників підприємств за допомогою сучасних форм розвитку персоналу	15
Каштальян О. О. Охорона праці в ракурсі сталого розвитку	16
Кліщенко А. О. Вплив пандемії коронавірусу на ринок праці України	18
Кучерява Л. А. Вплив креативного менеджменту на сучасний бізнес.....	20
Малоголова О. О. Особливості формування менеджера креативного типу	22
Міщенко А. М. Вміння вести переговори як корпоративний потенціал персоналу.....	23
Науменко А. Ю. Проблеми формування професійної компетентності фахівців у туристичному бізнесі	25
Ніколаєнко Л. С. Економічна сутність, облік та аналіз дебіторської заборгованості.....	27
Петришина К. В. Роль міжособистісних стосунків у підвищенні ефективності роботи підприємства	30
Руденок А. Г. Значення та методи нематеріальної мотивації працівників	31
Сапон І. А. Особливості управління кадровою безпекою підприємства в сучасних умовах.....	33
Сафонова К. Я. Понятійна та парадигмальна невизначеність як два верхні яруси піраміди комунікаційних ризиків (на прикладі ризику)	35
Сибіна В. О. Про співвідношення понять «управлінські дилеми» та «ефективна множина» організаційних рішень	37
Старокожева А. С. Правила друге та друге-біс з чотирьох правил вибору з бінарними оцінками, що враховують порівняльну привабливість окремих ефектів	39
Тарасенко Г. М. Експертне оцінювання вагомості ролей різних класів акторів у визначенні ступеню значущості сучасних напрямків економічної теорії.....	41
Турчин Т. С. Управління розвитком персоналу підприємства малого бізнесу.....	42
Узька А. А. Особливості стимулювання творчої активності і праці персоналу	44
Форостянок В. В. Особливості нематеріальної мотивації персоналу підприємства.....	45
Хропата Н. М. Основні етапи формування позитивного іміджу організації	47
Шевченко К. В. Роль корпоративної культури у розкритті творчого потенціалу людини.....	49
Шкалаберда В. М. Особливості формування навичок спілкування та переконання в управлінні персоналом.....	51
Гладка В. С. Дослідження сучасного стану безробіття в Україні.....	53

Підсекція 2: Мікроекономіка та макроекономіка

Кораблінова І. А., Денисенко А. С. Роль даних у стратегіях розвитку сучасних інноваційно- активних компаній.....	55
Кофанов О. Є., Кофанова О. В., Пушкін В. П. Стимулювання і маркетингові засади інноваційної діяльності в промисловості.....	56
Тарасюк А. В. Економічна безпека підприємства в сучасних умовах	59
Хмелевський С. М. Вплив цифрової економіки на механізми управління бізнесом.....	60
Шадура-Никипорець Н. Т. Національні характеристики забору та використання прісної води в Україні.....	62
Солодуха М. В. Аналіз впливу звіту про платежі на користь держави видобувних компаній на обсяг податкових надходжень	64
Аліксійчук А. О. Особливості маркетингових досліджень у сфері туризму	66
Бабенко В. О. Забруднення атмосферного повітря України: динаміка та структура викидів	68
Богучарська В. Р. Актуальність забезпечення безконфліктного застосування оперативного контролінгу на комерційному підприємстві	70
Васюта Я. О. Значення веб-дизайну для цифрового маркетингу	72
Вержущька Я. Ю. Ефективне маркетингове планування бізнес-проектів.....	73
Вовк В. С. Digital-marketing: основні інструменти для бізнесу	74

Вовк В. С. Діджитал-маркетинг у сучасних реаліях підприємства	76
Вознюк Ю. С. Особливості розвитку стартапів в Україні	77
Волкова А. М. Вплив факторів робочого часу та умов праці на продуктивність працюючих.....	79
Гавриш Н. О. Соціальні мережі як ключовий спосіб просування.....	80
Герасімчук М. О. An effective content marketing strategy	81
Голопапа Р. А. Оцінка конкурентоспроможності торговельної мережі «Сільпо».....	83
Грицаюк В. Ю. Аналіз діяльності закладу розміщення на основі бенчмаркінгу	85
Грицик Г. Ю. Особливості впливу вантажного автотранспорту на довкілля.....	86
Гришина Д. С. Можливості для франчайзингу в Україні.....	88
Гришко І. Г. Можливості і загрози цифровізації для діяльності підприємства	89
Гришко І. Г., Забаштанська Т. В. Позиціонування унікальної торгової пропозиції	91
Дегтяренко Д. Ю. Особливості маркетингу в автомобільній індустрії.....	92
Дейсун Д. Р. Вплив інформаційних технологій на розвиток бізнесу	94
Довгопол Н. Г. Проблеми екологізації сільськогосподарського виробництва та шляхи їх вирішення в сучасних умовах господарювання.....	95
Каштальян О. О. Сталий розвиток як складова корпоративної соціальної відповідальності підприємств України	98
Кобзєва Л. Д. Оцінювання ефективності діяльності підприємства	99
Коровінченко М. С. Застосування різних видів маркетингу в залежності від видів попиту	100
Костюк І. С. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку праці України в контексті реформування земельних відносин.....	102
Кулаков Є. В. Гіпотеза використання експериментального методу розрахунку середньої заробітної плати на базі модального	102
Лабута А. О. Бенчмаркінг як інструмент ефективної діяльності підприємства.....	104
Лабута А. О. Стратегії виходу підприємства з кризових ситуацій	105
Лелиця В. А. Економічна сутність та переваги застосування безтарифної оплати праці	107
Лисенко О. В. Наукова організація праці як фактор зростання продуктивності праці	109
Лисенко О. В. Прогнозування обсягів виробленої будівельної продукції.....	110
Лук'яненко Ю. І. Роль ресторанного господарства у сучасному світі	112
Лях О. М. Вплив умов праці на продуктивність працівників організації.....	113
Молін Н. О. ERP-системи як засіб оптимізації управління ресурсами підприємства	114
Нагорний П. В. Концептуальний підхід оцінки зовнішньоекономічної безпеки країни	116
Нагорний П. В. Облік та аудит екологічних витрат підприємства	118
Нагорний П. В. Система знижок, промокодів та акцій як інструмент у завоюванні прихильності у мережі Інтернет.....	119
Немчик В. В. Тенденції застосування екологічного маркетингу на споживчому ринку	121
Омельченко Ю. В. Моніторинг інноваційного розвитку підприємств України	122
Петрук С. В. Цифровий маркетинг: інструменти та канали	123
Пецій Н. М. Умови праці в організації та їх вплив на ефективність роботи персоналу.....	125
Пікуль Є. Ю. Аналіз медійного рекламного ринку України	126
Пікуль Є. Ю. Перспективні напрямки цифровізації в Україні	128
Пікуль Є. Ю. Сутність маркетингу та його роль в економіці	129
Попова І. В. Сучасні тренди застосування маркетингу соціальних мереж	130
Ракута І. О. Обґрунтування необхідності відкриття нового продуктового ритейлера по вул. Всіхсвятська м. Чернівці.....	132
Руденко С. М. Оцінка реалізації комплексу маркетингу у національному заповіднику «Києво-Печерська лавра»	133
Салай І. В. Особливості маркетингової діяльності в ІТ сфері	135
Скляр І. С. Використання SWOT-аналізу	136
Соколовський В. В. Використання ІТ-аутсорсингу як запорука розвитку бізнесу в умовах глобалізації.....	137
Соловійов А. О. Управління змінами на підприємствах дитячого оздоровлення та відпочинку в Україні	139
Сюр А. О. Концептуальні підходи щодо розробки заходів зниження антропогенного впливу на водні об'єкти	140
Сябро А. В. Переваги та недоліки маркетингового аутсорсингінгу	142
Сябро А. В. Формування стратегії розвитку підприємства	143
Федоряка В. В. Стан та перспективи розвитку івент-туризму в Україні	144

Чекараміт В. М. Обґрунтування інноваційної стратегії ТОВ «Сотта-плюс»	146
Чернявський Б. О. Рефлексія сценаріїв сталого розвитку сфери логістичних послуг у майбутньому.....	148
Чиркова Х. М. Рециклінг в екологічній логістиці організацій Республіки Білорусь	150
Шигимага С. Д. Трудові ресурси та трудовий потенціал суспільства.....	151
Щербатюк А. Г. Специфіка адаптації персоналу організації в умовах застосування віддалених робочих місць.....	152
Юрченко М. С. Водокористування в Україні: ключові характеристики	154
Grishay A. V. Ways to increase the efficiency of logistic activity of the enterprise	156
Kashtalian O. O. Modern trends of sustainable marketing	158

Підсекція 3: Фінанси, грошовий обіг і кредит

Ільчук В. П., Шпомер Т. О. Інституційна інфраструктура в забезпеченні функціонування кредитного ринку України	160
Тоцька О. Л. Формування бюджету проєкту фінансово-економічної грамотності за допомогою програми Microsoft Excel.....	162
Коцюрубенко Г. М. Фінансова грамотність як складова зменшення майнового розшарування населення.....	163
Бойко В. О. Малий бізнес в Україні: теоретичні відомості та проблеми розвитку в умови четвертої промислової революції.....	164
Гакалець А. А. Інвентаризація на складі	166
Герасімчук М. О. Innovative marketing technologies	167
Дзюблик Ю. Ю. Відхилення при прийманні товару	169
Дмитрук І. Я. Роль використання інформаційних технологій у виробничій діяльності.....	170
Дубравський В. В. Меню ідальні гімназії	171
Єзерська У. М. Бюджетне планування як важливий інструмент управління фінансовою системою країни	172
Жданова Л. В. Використання інноваційних інструментів та технологій розвитку виноробства України	173
Кабрусь М. В. Проблеми впровадження управлінського обліку на підприємстві	175
Ковтун С. М. Списання товарів	177
Король А. С. Професійне судження та біхевіористична теорія: взаємозв'язок та вплив на ефективність роботи.....	178
Коротун І. О. Бенчмаркінг – метод та чинник ризиків у процесі формування кредитного портфеля у банківській установі.....	179
Лепей А. А. Переоцінка у роздробі.....	181
Ломонос Р. І. Економічна безпека агропромислового комплексу України.....	182
Ломонос Р. І. Фінансові аспекти становлення державно-приватного партнерства в Україні.....	183
Матвієнко Є. П. Роялті як інструмент стимулювання дифузії інновацій через кооперації підприємств в автомобільній галузі.....	184
Норець Д. О. Інтегрована звітність як джерело інформації при прийнятті стратегічних управлінських рішень	186
Погорілко Д. Ю. Особливості маркетингу банківських продуктів	188
Рябенко І. С. Маркетинговий інструментарій просування інноваційних товарів на ринку	189
Сенченко С. В. Бюджетування як елемент систему управлінського обліку підприємства	191
Сидорчук А. В. План-меню.....	193
Уляницька В. С. Собівартість послуг легкового транспорту	194
Федченко А. В. Маркетингові дослідження споживачів в системі управління банком.....	195
Шатило М. М. Меню-вимога.....	196
Шевчук Н. С. Акт реалізації	197

Підсекція 4: Право

Іваньков І. В., Берднік С. С. Особливості досудової доповіді неповнолітніх	198
Марущак Н. В., Холзакова О. В. Організаційно-правові засади запобігання та протидії домашньому насильству	200
Марущак Н. В., Павлова С. Щодо поняття домашнього насильства	201
Марущак Н. В., Ромашенко К. Юридична відповідальність працівників поліції	203
Керноз Н. Є., Ющенко М. С. «Касаційні фільтри» як перешкоди доступу до правосуддя	204
Керноз Н. Є., Кравченко В. Я. Проблемність відмови від визнання обставин у цивільному процесі.....	207

Берднік С. С. Особливості укладення договору оренди державного та комунального майна.....	210
Бондарчук Т. С. Щодо співвідношення понять «Референдум» та «Плебіцит».....	212
Бучко Д. В. Державний устрій України: перспективи розвитку	213
Васильєва Д. А. Адміністративно-правовий статус біженців в Україні	215
Вахно В. Д. Щодо проблеми прожиткового мінімуму як державного соціального стандарту в Україні.....	217
Візір А. І. Правові засади побудови бюджетної системи України.....	219
Гучек А. А. Довіра як вектор конструктивного розвитку сучасного суспільства.....	221
Дворниченко К. Обов'язки поліцейського в Україні.....	222
Забірченко Є. П. Регіони: досвід Італії та Іспанії	224
Кальян А. В. Адміністративно-правовий статус внутрішніх переселенців	226
Канасва В. В. Науково-теоретичний підхід до типології правової системи України, її становлення, розвитку та функціонування серед інших правових систем сучасності	228
Карповець В. С. Історичні обставини, що вплинули на становлення правової системи України.....	231
Кисельов М. С. Директорія 1918 року. Особливості здійснення державної влади.....	232
Костюченко Н. Д. Відповідальність іноземців за порушення міграційного законодавства України	234
Кот В. В. Повноваження монарха у Великій Британії: юридично та фактично	237
Крошка І. С. Наслідки пропуску строку прийняття спадщини.....	238
Куліш М. О. Класифікація національних правових систем сучасності	241
Ліксман А. Ю. Автономія: поняття та види	243
Ліксман В. Ю. Щодо до визначення поняття «держава»	245
Луценко О. М. Електронні петиції в Україні: механізм дії	246
Мамай А. А. Шлюбні договори: проблемні питання	249
Мишаста К. Б. Зловживання процесуальними правами в цивільному судочинстві: проблемні аспекти	251
Овсієнко Д. О. Заходи процесуального примусу в адміністративному процесі	254
Олійник В. П. Проблема молодіжного безробіття і шляхи його подолання	257
Павлова С. Л. Правові підстави та порядок застосування фізичної сили поліцейського	258
Пальона А. В. Діяльність органів юстиції у сфері адаптації національного законодавства до законодавства ЄС.....	261
Песік Я. В. Впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні	263
Песік Я. В. Особливості виборчої системи Німеччини	266
Пивовар М. А. Щодо особливостей федеративного устрою Швейцарської Конфедерації.....	268
Попружний І. В. Особливості державного ладу та права української держави гетьмана П. Скоропадського	269
Присяжний В. В. Поняття та ознаки зобов'язань.....	271
Приходько Т. О. Спеціалізовані суди Великої Британії: досвід для України	273
Ричик А. О. Спрощена система оподаткування: переваги та недоліки.....	274
Ромащенко К. Ю. Адміністративні стягнення в Україні: поняття та види адміністративних стягнень	276
Ромащенко К. Ю. Особливості професійного спілкування працівників національної поліції України	279
Рудник Р. В. Громадянське суспільство.....	281
Сергієнко К. В. Чинність в Україні міжнародних актів про статус біженців.....	283
Ситник А. О. Мінімізація шкідливих чинників умов праці на підприємстві.....	285
Степанець Ю. О. Міжнародний кредит у світовій валютно-фінансовій системі	287
Стеченко К. Л. Неповнолітні особи як суб'єкти кримінальних правопорушень: статистичний вимір	289
Стрельцова О. О. Ознаки адміністративних правовідносин.....	292
Татарінова М. Є. Смертна кара як порушення права на життя	294
Трошко А. В. Фінансовий моніторинг як вид фінансового контролю	295
Холзакова О. В. Правові підстави та порядок застосування вогнепальної зброї поліцейським	297
Щербінін М. Ю. Уникнення притягнення до адміністративної відповідальності за порушення статті 130-ої КУпАП.....	299
Щербінін М. Ю. Щодо визначення причин проведення політики «воєнного комунізму»	302
Яцина В. В. Принцип поділу влади: суть і значення.....	304

СЕКЦІЯ ЕКОНОМІКА ТА ПРАВО

Підсекція 1: Економічна теорія та історія економічної думки

Лисенко І. В., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», lysenko_iren@ukr.net

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах жорсткої конкуренції темпи інноваційного розвитку підприємств стають надзвичайно важливим фактором їх успішної діяльності. Необхідно набагато більше уваги приділяти поліпшенню параметрів і показників виробленої продукції, їх якості, підвищенню технічного рівня виробництва.

В Україні багато підприємств досить повільно вдосконалюють технологію та організацію виробництва, рідко модернізують обладнання та не завжди мають достатніх коштів для придбання нового.

Попри великий виробничий потенціал вітчизняних підприємств, випуск конкурентоспроможної продукції зростає низькими темпами. Це не дозволяє розширювати ринки збуту та збільшувати продажі. Як результат, маємо невеликі прибутки й незначні внески в економічний розвиток країни.

Тому необхідно значно прискорити процес створення та впровадження у виробництво сучасної продукції, за короткий час досягти максимального випуску інноваційних товарів та послуг. Розв'язанню цієї проблеми сприяє регулярна реконструкція підприємств та модернізація виробництва.

Однією з форм інтенсифікації цього надзвичайно важливого процесу є маркетингова діяльність. Сьогодні роль і значення маркетингової діяльності в цьому процесі недооцінені. Саме під час проектування та здійснення реконструкції на підприємстві, маркетингові заходи здійснюються найбільш повно та вигідно.

Тому на кожному підприємстві це має бути важливою складовою інноваційного процесу розвитку [3, с. 124].

Питання організації маркетингової діяльності на підприємствах розглядаються у наукових працях вітчизняних та закордонних учених: Г. Армстронга, Г. Герасимчука, Е. Джексона, В. Ільчука, Ф. Котлера, Ж. Ламбена, Б. Манфреда, Г. Маслова, О. Мозгового, А. Павленка, М. Портера та ін. [1-3].

Разом з тим, наукові праці недостатньо розкривають роль, значення та особливості інноваційних аспектів маркетингової діяльності при реконструкції підприємств та модернізації виробництва.

Світовий досвід показує, що для підвищення конкурентоспроможності певної продукції, розвитку провідних галузей, значну роль відіграє використання інновацій у маркетинговій діяльності. У конкурентному середовищі успішна діяльність підприємств можлива лише за умови регулярного оновлення продукції та виробництва. Важлива роль у розв'язанню цієї проблеми належить відділу маркетингу підприємства, який повинен здійснюватися у тісному взаємозв'язку з реконструкцією підприємств та модернізацією виробництва.

Успішне використання інноваційних маркетингових інструментів, зокрема краудсорсингу та краудфандингу, дозволить забезпечити ряд переваг у роботі підприємств, а саме: надасть можливість активніше залучати вітчизняні та іноземні інвестиції; стимулювати розвиток виробничої та соціальної інфраструктури; раціонально використовувати сировину; стимулювати розвиток суміжних галузей; підвищувати конкурентоспроможність виробленої продукції; вдосконалити професійну підготовку за допомогою новітніх стандартів системи управління якістю ISO 9001:2000); створити нові робочі місця; стимулювати зростання виробництва та збуту за допомогою нових конкурентних продуктів.

Метою використання інноваційних маркетингових інструментів є залучення додаткових ресурсів для розвитку підприємств шляхом допомоги у виявленні та використанні спільних можливостей, розв'язанню питань технологічного оновлення виробництва, забезпеченні ефективної маркетингової діяльності, підвищенні конкурентоспроможності продукції, товарів та послуг.

Маркетингові дослідження, аналіз кон'юнктури ринку дозволяють обґрунтовано визначити що, як і в які строки виробляти, щоб отримати високий прибуток. Результати таких досліджень мають велике значення. Вони повинні бути враховані під час реконструкції підприємств. Маркетингова політика та маркетингова діяльність є основними, а технічна політика, реконструкція та розширення підприємства, модернізація обладнання – другорядними. Обидва види діяльності підпорядковуються соціально-економічній політиці підприємства.

Для впровадження інновацій необхідно чітко відповісти на питання щодо визначення мінімальних вимог до показників продукції та якості виробництва на кожному новому етапі розвитку підприємства, що супроводжується реконструкцією та збільшенням виробничих потужностей.

Маркетингова діяльність підприємств з використанням інноваційних інструментів, передбачає такі етапи:

1) аналіз вітчизняного ринку продукції відповідної галузі, що включає: сегментацію ринку; виявлення тенденцій у виробництві; аналіз каналів збуту продукції; аналіз споживачів; виявлення перспективних сегментів ринку продукції цієї галузі;

2) розробка маркетингової стратегії підприємства на найближче майбутнє, частині якої приділяється увага: обґрунтуванню основної ідеї проєкту; аналізу споживачів та сегментація ринку; аналізу конкурентів та визначенню конкурентної політики; визначенню основних цілей підприємства та можливих стратегій їх досягнення; розробці продукту та концепції товару; обґрунтуванню ціни товару та цінової політики; вибору методів просування товару на ринок; аналізу каналів збуту [3, с. 126].

З вищесказаного можна зробити наступні висновки та пропозиції:

1) перехід підприємств до інноваційної моделі розвитку повинен передбачати систематичне оновлення продукції та виробництва;

2) для впровадження інновацій у виробництво необхідно якомога частіше проводити реконструкцію підприємств, модернізацію обладнання;

3) доцільність проведення кожної реконструкції підприємства та модернізації обладнання повинна визначатись з урахуванням результатів маркетингових досліджень, аналізу ринку.

Отже, інноваційні аспекти маркетингової діяльності підприємств відіграють ключову роль у сучасних умовах розвитку виробництва. Вони є не тільки ефективним засобом досягнення цілей підприємства, але і потужним інструментом для стимулювання їх інноваційного розвитку.

Врахування інноваційних аспектів маркетингової діяльності, створює додаткові можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємства, сприяє посиленню інноваційної спрямованості, збільшенню зайнятості, заробітної плати, відрахувань у бюджети різних рівнів, підвищенню стабільності й конкурентоспроможності економіки в цілому.

Перелік посилань

1. Котлер Ф. Армстронг Г. Основи маркетингу [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг. Видавництво «Диалектика», 2020 – 880 с.

2. Мельник П. І. Маркетингова діяльність у харчопромисловому кластері [Текст] / П. І. Мельник, В. Ю. Заїка, І. В. Лисенко, О. О. Череднікова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб. наук. пр. – Чернігів: ЧДТУ, 2012. – № 1 (56). С. 124-131.

3. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів [Текст] / М. Портер. пер. з англ. Н. Кошманенко. Видавництво «Наш формат», 2020 – 424 с.

Серпенінова Ю. С., канд. екон. наук, доцент
Сумський державний університет, y.serpeninova@biem.sumdu.edu.ua
Ярошина А. П., аспірант
Сумський державний університет, a.yaroshyna@biem.sumdu.edu.ua

ІННОВАЦІЇ В ЗВІТНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Стрімкий розвиток новітніх технологій, інформаційних потреб споживачів та актуалізація теми сталого розвитку призводять до суттєвих зрушень в багатьох аспектах функціонування економічних суб'єктів. Зокрема, нами проведено аналіз інновацій, які вплинули на розвиток звітності фінансових посередників.

Досить тривалий час звітність банків та інших нефінансові посередники включала інформацію, яка розкривала тільки ключові фінансові показники діяльності організації. Проте з часом стало зрозуміло, що цієї інформації недостатньо для комплексного аналізу та прийняття управлінських рішень.

Першим інноваційним кроком стала поява нової форми звітності – інтегрованої. Вона мала б поруч із фінансовими показниками доходності розкривати і важливу нефінансову інформацію. Зокрема, зросла роль аналізу ризиків та наслідків діяльності суб'єкта, стратегічної спрямованості на майбутнє, взаємовідносин зі стейкхолдерами, особлива увага почала приділятися новим формам капіталу – інтелектуальному, людському, соціально-репутаційному [1]. У комплексі ця інформація повинна відповідати ширшому спектру запитів користувачів.

Наступним кроком, що вплинув на розвиток звітності фінансових посередників, стало внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" [2]. Відтак визначено, що великі та середні підприємства повинні разом з консолідованої фінансовою звітністю складати і Звіт про управління. Для банківських установ це означало те, що Методичними рекомендаціями зі складання звіту про управління № 982 [3] визначено рекомендований перелік пунктів, які мають бути висвітленими. Зокрема, це організаційна структура та опис діяльності підприємства; результати діяльності; ліквідність та зобов'язання; екологічні аспекти; соціальні аспекти та кадрова політика; ризики; дослідження та інновації; фінансові інвестиції; перспективи розвитку; корпоративне управління (складають емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію).

Підвищення інтересу до теми цілей сталого розвитку вплинуло чи не на всі аспекти суспільного життя, зокрема, з огляду на еволюцію звітності фінансових посередників це вплинуло на появу звіту зі сталого розвитку (звіт з корпоративної та соціальної відповідальності) [4]. Відтак, великі корпорації та банки вже почали процес складання та оприлюднення цієї форми нефінансової звітності. У звіті розкривається взаємодія суб'єкта господарювання з громадою, довкіллям та суспільством.

Отже, звітність фінансових посередників протягом останніх років досить сильно модифікувалась виходячи з цілей сталого розвитку та появи нових інформаційних потреб користувачів. Інновації в першу чергу стосуються підвищення ролі розкриття нефінансової інформації та впливу функціонування суб'єкта на навколишнє середовище через призму соціальних, екологічних та державних цілей.

Перелік посилань

1. Белова І., Семенишена Н. Інтегрована звітність інституційних одиниць: інтерпретаційне поле концепту. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2020. Випуск 2. С. 16-32. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2020.02.016>.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління : рекомендації, затверджені наказом Мінфіну України від 07.12.2018 р. № 982. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.

4. Рудницький В. С. Характеристика структури і змісту звітності сталого розвитку підприємства. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Вип. 1. С. 416-424. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2014_1_53.

Андрушко А. С., студентка 1 курсу, група КІСІ-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», alinaandrushko15@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Методи державного сприяння зайнятості молоді, що існують в Україні, не до кінця враховують особливості молодіжної вікової категорії, складність формування та функціонування соціально-трудових відносин між роботодавцем і молоддю. До категорії «молодь» відносять соціально-демографічну групу, що знаходиться у стані соціальної зрілості та переживає період адаптації до навколишнього світу і майбутніх змін. У цей період людина проходить важливий етап сімейної та суспільної соціалізації, процес становлення особистості, навчання, засвоєння цінностей, норм, настанов, зразків поведінки, прийнятих у даному суспільстві. Молодь – це майбутній потенціал держави, тому першочерговим завданням держави є надання підтримки та допомоги молоді в її професійному становленні.

Загалом у світі вікові межі молоді коливаються в інтервалі від 13 до 35 років. Особи у віці 15-20 років мають відмінні проблеми та інтереси від осіб у 30-35 років. На основі цього вважаємо доцільним ввести розмежування молоді на дві окремі категорії: молодь, яка навчається, віком від 15 до 25 років та молодь, яка розпочала трудову діяльність віком від 26 до 35 років [1].

Сутнісні характеристики ринку праці молоді зумовлені особливостями молодшої робочої сили. Зокрема, ринок праці молоді характеризується:

- нестійкістю попиту та пропозиції, що виходить із невизначеності молоді щодо місця роботи;
- низькою конкурентоспроможністю молоді порівняно зі старшою за віком робочою силою з досвідом роботи;
- постійним збільшенням чисельності робочої сили, що пов'язано зі щорічним випуском із навчальних закладів молодих працівників;
- професійною варіативністю, зумовленою професійною підготовкою молоді за різними спеціальностями [1].

Після закінчення навчання випускники навчальних закладів, виходячи на ринок праці, стикаються з проблемою працевлаштування. Молодь є менш конкурентною на ринку праці, тому потребує додаткового захисту під час свого професійного становлення. Загальними проблемами, з якими стикається молодь у період свого трудового старту, є пошук першого робочого місця та успішний початок трудової діяльності.

Рівень молодіжного безробіття в Україні протягом останніх років залишається стабільно високим. Найбільше від безробіття потерпають молоді особи у віці від 15 до 24 років, рівень безробіття яких у 2015-2019 рр. становив близько 23 %. Це зумовлено тим, що значна частина серед цих осіб не має необхідних професійних навичок і досвіду роботи. Високим зберігається рівень безробіття і для вікової групи населення 25-29 років у 2015-2019 рр. – трохи більше 11 %, що викликано переважно проблемами пошуку першого робочого місця і трудової адаптацією на ньому. Простежується залежність: зі зростанням вікового цензу осіб рівень безробіття населення має тенденцію до зниження. Наприклад, для осіб вікової групи 50-59 років він становив 8,7 % у 2019 р., що майже в три рази менше порівняно з показниками молоді віком від 15 до 24 років (18,9 %) [2].

Рівень безробіття в Україні у 2019 році, визначений за методологією Міжнародної організації праці (МОП), в усіх молодіжних вікових підгрупах є вищим за середній рівень серед працездатного населення (7,2 %): показник безробіття молоді віком 30-34 років у 2019 році становив 7,3 %; у віці 25-29 років – 8,4 %, а у віковій групі 15-24 років цей показник був на рівні 15,4 %, тобто понад ніж удвічі вищим, ніж серед усього населення працездатного віку [3].

Найвищий рівень безробіття молоді у віці 15-24 років підкреслює, що складність та тривалість переходу молоді від навчання до стабільної та задовільної роботи залишається суттєвою проблемою. Серед безробітних цієї вікової категорії біля 40 % складають ті, які не працювали, не навчалися і не набували професійних навичок, проте активно шукали робочі місця, або намагалися організувати власну справу. Саме ця категорія молоді перебуває в зоні постійного ризику соціального відчуження. Останніми роками в Україні формується тенденція до збільшення кількості молоді, яка перебуває у статусі безробітних понад рік. Пандемія коронавірусу різко звузила для молодих людей перспективи на ринку праці. Багато з них змушені перебувати у стані тривалого безробіття з самого початку трудової діяльності. Високий рівень довготривалого безробіття у молодіжній віковій категорії пояснюється як дефіцитом якісних робочих місць, так і відсутністю у значної частини молодих людей професійних навичок і досвіду роботи, що відповідають вимогам роботодавців.

Серед безробітних у віці до 35 років, які мали професійний досвід, у 2020 році кожний п'ятий раніше працював у торгівлі та ремонті; 88% були зайняті у сфері державного управління та обов'язкового соціального страхування; по 14 % працювали у сільському, лісовому та рибному господарстві та у переробній промисловості. Решта громадян з різних причин не була зайнята більше 1 року або належала до випускників навчальних закладів різних типів, які не мали професійного досвіду. Зокрема, кількість випускників, які за послугами звернулися до Державної служби зайнятості, становила 121,1 тис. осіб [2].

Вищі рівні безробіття спостерігаються серед молодих чоловіків та осіб, які проживають у сільській місцевості. Шанс потрапити до лав безробітних зменшується зі зростанням рівня освіти, але, незважаючи на це, найбільша частка безробітних молодих осіб в Україні мають вищу освіту. За даними Державної служби статистики України, серед безробітної молоді у віці 15-34 років 10,5 % мають повну, базову або неповну вищу освіту та 8,5 % – професійно-технічну [3].

У цілому вища освіта для молоді України залишається потужним чинником конкурентоспроможності на ринку праці. За результатами вибіркового обстеження з питань економічної активності, вищі доходи мають ті домогосподарства України, в яких є молоді особи з вищою освітою. Відповідно нижчі асоціюються з молоддю, яка має професійно-технічну або середню загальну освіту [4].

Отже, головною причиною низької зайнятості молоді в Україні є випереджальні темпи зростання пропозиції робочої сили з порівняно низькою кількістю створених нових робочих місць, що призводить до поглиблення дисбалансу, що існує, та, як наслідок, виштовхування надлишку робочої сили за межі національного ринку праці, створюючи в майбутньому потенційну загрозу економічній безпеці держави. Актуальними для України в сучасних реаліях є розвиток системи професійної орієнтації та інформаційної підтримки молоді; вдосконалення діяльності молодіжних центрів праці; створення учнівських місць для проходження оплачуваної виробничої практики; розвиток системи наставництва у процесі організації власної справи.

Перелік посилань:

1. Аналіз соціального розвитку молоді України. (2019) Молодь України. URL: http://www.un.org.ua/images/documents/3685/Molod_Ukraine.pdf
2. Державна служба зайнятості. URL: www.dcz.gov.ua/ (дата звернення: 06.12.2020).
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.12.2020).
4. Павлюк Т.І. Ринок праці: теорія, методологія, практика: монографія. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 212 с.

Артеменко В. В., магістр гр. МЛСп-201

Ткаченко Є. Р., магістр гр. МЛС-211

Національний університет «Чернігівська політехніка» jenyatkachenko2000@gmail.com

Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор

Національний університет «Чернігівська політехніка» ira41215@ukr.net

ПЕРСПЕКТИВИ РЕФОРМУВАННЯ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ

Станом на сьогоднішній день в підпорядкуванні Чернігівського обласного управління лісового та мисливського господарства існує 12 державних лісових господарств [1].

Державним агентством лісових ресурсів України анонсовано реформування лісової галузі. Першим етапом реформування стане об'єднання лісгосподарських підприємств. Приміром з 12 лісгоспів Чернігівської області планується створити 5.

Наслідком такого рішення будуть як позитивні моменти так і негативні наслідки. До плюсів такого рішення можна записати те, що деяким лісгосподарським підприємствам області дуже потрібна фінансова допомога, бо через природні особливості, ліси, які входять до сфери керування таких лісгоспів, низько продуктивні і такі лісгоспи не мають змоги ефективно розвиватися, бо коштів які вони отримують від реалізації лісопродукції, ледве вистачає на оплату праці персоналу.

Стосовно оптимізації лісгоспів наразі у громадськості не існує єдиною думки. Дехто вважає, що дана реформа призведе до знищення галузі, приватизації чи інших негативних наслідків. За словами Голови Державної агенції лісових ресурсів України, оптимізація вплине лише на управління лісгосподарською галуззю. Всі роботи з господарювання, лісовідновлення та лісорозведення, захист та охорона лісів в першу чергу стосуються лісництв, структурних підрозділів. Вони майже повністю можуть виконувати покладену на них роботу [2].

Враховуючи досвід європейських країн, таких як Польща, Литва, Латвія та інші можна дійти висновку, що реформа несе позитивний характер. Працівники лісового господарства Латвії після проведення аналогічних реформ отримують набагато вищу заробітну плату. А різниця між керівною ланкою галузі та робітниками (майстри лісу та окружні лісники) є не надто великою. Середня заробітна плата лісника однієї з найнижчих ланок в Латвії становить приблизно 1090 Євро. Середня заробітна плата в цій країні становить 916 Євро [3].

Україна поки що не може похвалитися такими плідними результатами.

А враховуючи той факт, що держава взагалі не фінансує лісгосподарську діяльність державних підприємств, то можна дійти до висновку, що таке оптимізація є неминучою. Керівний апарат деяких лісгоспів зовсім не доцільно використовує кошти навіть на переобладнання підприємств.

За словами Юрія Болоховця основними завданнями підготовки реформи є посилення лісництв. В першу чергу інфраструктурно, кадрово, територіально.

Спираючись на такі дані можна зробити висновок про те, що лісгоспам з низько продуктивними лісостанами об'єднання з більш потужними лісгоспами піде тільки на користь, бо це посприятиме їхньому розвитку та забезпечить працівників достойною заробітною платою, що є дуже переконливим фактором в наш час. Знову ж таки, варто звернути увагу на досвід Європейських країн, де після реформування набагато покращилась економічна ситуація галузі.

Варто звернути увагу і на державну політику стосовно галузі. Наразі Україна не досить зацікавлена у зменшенні податкового навантаження на лісгосподарські підприємства. Враховуючи останні зміни в економіці та політичній діяльності, таке досить агресивне ставлення до галузі може призвести до її краху.

А от до мінусів об'єднання можна віднести подальші ускладнення в управлінні лісгоспом та ефективним вирощуванням лісу. Варто розуміти, що середня площа лісгоспів в Чернігівській області сягає 35 тис. га., що само по собі дуже багато, а у разі об'єднання ця площа може досягти 70 тис. га, а то і понад 90 тис. га. Гарним прикладом може стати ДП

«Ніжинське лісове господарство, яке охоплює вже зараз значну кількість адміністративних районів. Лісистість тих місцевостей є не значною. Тому виникає проблема у розкиданості лісового масиву. Керувати таким господарством та вирощувати продуктивні лісостани на таких віддалених площах завдання дуже важке та дуже відповідальне. Такі наслідки можуть значною мірою ускладнити керування лісгоспом, що дасть про себе знати під час реалізації лісопродукції і виявиться, що ці лісостани недостатньо продуктивні.

Незважаючи на плюси та мінуси майбутньої реформи лісового господарства, її прихильники та критики досягли спільного бачення у тому, що реформа лісовому господарству потрібна однозначно. Існує думка, що згодом буду представлена інша модель та інше бачення реформування, але зміни потрібні однозначно. Це розуміє більшість розумних працівників галузі на всіх рівнях.

Перелік посилань

1. Офіційний сайт Чернігівського обласного управління лісового та мисливського господарства. URL: <https://chernigivlis.gov.ua/> (дата звернення 10.12.2021 р.).
2. Офіційний сайт Державного агентства лісових ресурсів України. URL: <https://forest.gov.ua/news/reformi-lisovoyi-galuzi-buti> (дата звернення 10.12.2021 р.).
3. Лесник Латвия: Средняя заработная плата. URL: <https://www.jobandsalaryabroad.com/ru/latvia/russian-forester-latvia.html> (дата звернення 10.12.2021 р.).

Архипова Д. С., студентка 1 курсу, група УП-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», darhipova703@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Поняття "потенціал" дуже широко використовується для характеристики діяльності людини. Воно означає можливості використання різних ресурсів в їх сукупності і системному зв'язку. Це ресурси знань, інформації, досвіду, часу, технічних засобів і ін. Поняття "потенціал" включає і запаси економічних, в тому числі фінансових ресурсів, соціальних (ресурс довіри, повага і підтримка), організаційних (перевірений досвід визначених типів організації). Інтелектуально-творчі здібності людини також є ресурсом його успішної діяльності. А можливість використання цього ресурсу відображає поняття "креативний потенціал" [1].

Творчий потенціал носить комплексний характер і виявляється на всіх рівнях індивідуальності: на біопсихологічному, психологічному, соціальному і духовному. Як феномен, що розвивається творчий потенціал має специфічні підструктури, взаємодія яких забезпечує сталість і цілісність творчих проявів людини, його динаміку в цілому. Отже, творчий потенціал – це динамічна структура, що включає комплекс творчих задатків, які проявляються у творчій активності особистості і обумовлена креативністю.

Психологічну суть творчого потенціалу особистості можна визначити через такі складові: творчі здібності, креативність, творча активність. Аналізуючи праці видатних психологів, логічно припустити, що творчі здібності тісно пов'язані з інтелектом. Творчі здібності віку – це рівень розвитку розумових здібностей, що характеризує ступінь їх відповідності вимогам творчої діяльності і які обумовлюють рівень результативності цієї діяльності. Для реалізації творчих здібностей необхідний «двигун», який запустив би у роботу механізм мислення, для створення нових уявних образів. Таким двигуном на нашу думку є «креативність». Креативність (від лат. Creativ - творення) – це здатність до творчості і перетворень. Будь-яка особистість проявляє свої творчі здібності та креативність, здійснюючи діяльність, тобто творчий потенціал особистості, розкривається і через творчу активність зокрема. Основою творчої активності є виникнення та розв'язання творчого завдання, проблемної ситуації, а

джерелом – внутрішній саморух особистості до творчої самореалізації та самовдосконалення. Творча активність – це інтегративна якість індивіда, представлена широким комплексом інтелектуальних, емоційних, характерологічних властивостей, що забезпечують можливість діяти творчо під час розв’язання будь-якої проблемної ситуації або навчальної задачі і гарантують оригінальність, ефективність та позитивний результат даної творчої діяльності. Дослідивши психологічну суть творчого потенціалу, можна зробити висновок про тісний взаємозв’язок між його складовими, їх показниками та обрати методики, що будуть доцільними при дослідженні окремих складових [2].

Головною умовою творчого процесу є створення чогось нового, тому творчість можна розглядати як діяльність, спрямовану на створення нових суспільно-значущих цінностей, або як самореалізацію особистості через діяльність та оригінальність результатів діяльності. Оригінальність, створена людиною, полягає у самостійному формуванні системи взаємин із зовнішнім середовищем, у перетворенні цього світу (передусім соціального світу діяльності, світу стосунків). На творчу діяльність мають вплив такі чинники, як суб’єкт творчості, умови, в яких відбувається творчий процес, продукт творчості. Основою творчості, головним її критерієм є особистість людини, адже без неї неможливе досягнення будь-якого результату. Оскільки для організації важливим є продукт творчої діяльності, керівнику варто враховувати як вплив самого виконавця, так і умови праці, інакше необхідного результату не досягти, яким би високим не був потенціал співробітника [3, с. 23].

Творчість можна вважати головною ланкою у розвитку людини, яка характеризується більше внутрішньою активністю, ніж зовнішньою, тому основними характерними якостями творчої особистості є: готовність до ризику; імпульсивність; незалежність суджень; критичний погляд на речі; сміливість уявлення, мислення та висловлювання.

Творчий потенціал менеджера визначається певними характеристиками його особистості, що сприяють високому рівню виконання його професійних обов’язків та досягнення результату нестандартними методами і способами. Так, загальну структуру творчого потенціалу менеджера можна визначити такими складовими:

- здатність до швидкого навчання, засвоєння нової інформації;
- схильність до постійних порівнянь, зіставлень, вироблення еталонів для наступних порівнянь;
- високий рівень загального інтелекту, швидкість оцінювань та вибору шляхів розв’язку, адекватність дій;
- творча спрямованість на пошуки аналогій, комбінування, реконструювання, зміни варіантів, економність у рішеннях, використанні часу, засобів та ін.;
- можливість реалізації власних стратегій і тактик розв’язання різних проблем, пошуку нестандартних рішень;
- психологічна готовність до пошуку нових способів розв’язання творчих задач;
- різнобічність та оригінальність мислення;
- установка на позитивне сприйняття і застосування нововведень тощо [3, с. 24].

Отже, творчий потенціал людини може бути використаний керівником з користю для організації, якщо правильно організувати працю та мотивацію творчих працівників. Він є необхідною складовою самореалізації особистості. В менеджменті особливо важливо звернути увагу на творчий потенціал персоналу, адже вмiле його використання збільшить продуктивність праці і прибуток компанії.

Перелік посилань:

1. Креативний потенціал: потреба і роль в сучасному світі [Електронний ресурс]. URL: https://stud.com.ua/58449/management/kreativniy_potentsial_potreba_rol.
2. Розвиток потенціалу менеджера [Електронний ресурс]. URL: https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/204635/mod_resource/content.pdf.
3. Брич В. Я., Корнан М. М. Креативний менеджмент: підручник. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. С. 23-26.

Висторопська А. В., студентка 2 курсу, група ЗМУП-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», nastyaaavist@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ СУЧАСНИХ ФОРМ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Основою людського потенціалу і досягнень в розвитку є навчання і професійна підготовка кадрів. Популярний спосіб для якісного навчання особи – це поєднати особисті знання працівника з досвідом інших співробітників. Таким чином особа збагачується новими навичками, знаннями та вміннями, зростає професійно, інтелектуально та духовно. Щоб зробити навчання ефективним для обох сторін (працівника і підприємства), необхідно оновити базу професійної підготовки персоналу на сучасному рівні [1].

Фахове навчання – процес, який відбувається для підтримки розвитку персоналу, його основних професійних якостей. Фахове навчання поєднує в собі нові знання і навички за професійною спрямованістю. Таким чином працівники отримують актуальну інформацію про розвиток підприємства та беруть участь у розробці його стратегії розвитку. Також, професійне навчання покликане передавати співробітникам інформацію про поточний стан справ на підприємстві, розвивати в них розуміння перспектив розвитку і підвищувати рівень мотивації персоналу в сучасних умовах господарювання [2].

Форми розвитку персоналу – це процес між працівниками, які навчаються та працівниками, які надають знання у відповідній професії. Щоб підвищити якість та ефективність навчання застосовують різні форми (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Форми професійного розвитку персоналу на підприємстві

Розвиток персоналу на робочому місці	Розвиток персоналу за межами роботи
Інструктаж	Лекція
Копіювання	Розгляд практичних ситуацій
Ротація	Ділові ігри
Наставництво	Моделювання
Метод ускладнених завдань	Тренінг сензитивності
	Самостійне навчання
	Відкрите навчання та ін.

Джерело: [3].

За допомогою копіювання, новий персонал швидко може навчитися професії. Це форма, коли новий робітник діє за схемою досвідченого працівника та дотримується вказівок свого наставника. Ротація допомагає пізнати більше професій не за фахом, тим самим підвищити рівень своїх знань. Вона відбувається за рахунок переведення працівника з одного місця роботи на інше на тимчасовий термін. Такий спосіб підвищення кваліфікації триває не довго і тільки для працівників з великим досвідом роботи. Наставництво є формою розвитку персоналу, що готує професійних спеціалістів. Наставником назначають спеціаліста високої кваліфікації, який зможе поділитися своїм досвідом та навчити молододосвідчених спеціалістів новим знанням, методам, навичкам по кваліфікації. Метод ускладнених завдань ставить працівника в складні професійні ситуації, де особа вчиться вирішувати важкі завдання без будь-якої допомоги.

Процес навчання на роботі вважається ефективним, якщо план навчання розроблено під конкретне підприємство. Таке навчання є економічно виправданим лише тоді, коли є достатнє число працівників, які мають однакові потреби у навчанні та достатня кількість викладачів, професіоналів, інструкторів, які можуть задовольнити ці потреби [3].

Розвиток персоналу за межами роботи здійснюється у формі лекцій, ділових ігор, тренінгів, моделювання, самоосвіти та розгляду практичних ситуацій. Лекція – форма розвитку персоналу, коли професіонал в усній формі викладає потрібну інформацію. Ця форма розвитку персоналу економічна, але мало ефективна, тому що майбутнім фахівцям необхідно самостійно обробляти велику кількість інформації. Розгляд практичних ситуацій – форма розвитку персоналу, що навчає осіб за допомогою проходження практики на іншому підприємстві або в іншому структурному підрозділі. Ділові ігри – гра в колективі, де всі учасники отримують конкретні ролі у якійсь робочій ситуації, згідно цього роблять висновки і приймають рішення. Тут не обходиться без комп'ютерів, які краще допомагають засвоїти процес навчання. Ігри поділяються на декілька видів: ігри-переговори; ігри з управлінням організацією тощо. Така форма формує навички та вміння, вчить визначати бажання клієнтів та ефективна на практиці. Моделювання – форма розвитку персоналу, що відтворює робочі обставини на спеціалізованих макетах наче в реальному часі [4].

Є ще одна сучасна форма навчання персоналу – це курс по сензитивності. Цей курс проводиться психологом і допомагає працівникам краще взаємодіяти з колегами та людьми загалом. Самоосвіта представляє собою обробку отриманих знань з даної галузі в самостійній формі. Це економічно вигідно для закладу, тому що бюджет установи не витрачається на додатковий розвиток працівників, а тільки на конкретно поставлені завдання [4].

Таким чином, навчання працівників проходить наступні етапи:

- визначення попиту на необхідність професійного розвитку серед персоналу;
- розробка плану розвитку працівників: зміст програми по навчанню з певною метою та характеристиками;
- обрання наставників;
- аналіз позитивних та негативних сторін навчання;
- раціональне використання коштів на розвиток персоналу [5, с. 42].

Отже, підвищення ефективності навчання працівників здійснюється за допомогою сучасних форм навчання персоналу, як на підприємстві, та і за його межами. Професійне зростання дозволяє забезпечити підприємства висококваліфікованими кадрами, сприяє зростанню продуктивності праці та підвищує ефективність роботи в цілому.

Перелік посилань:

1. Кирич Н. Ефективне використання трудових ресурсів як фактор стабілізації функціонування підприємства. *Україна: аспекти праці*. 2010. С. 224.
2. Прохоровська С. А. Роль освітньо-професійної підготовки у розвитку трудового потенціалу регіону. *Формування ринкової економіки: зб. наук. праць у 2 т.* 2012. Т. 2. С. 295-303.
3. Галайда Т. О., Савицька І. М. Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу на підприємствах в сучасних умовах. *Економіка і регіон*. Полтава. 2011. С. 267.
4. Пархоменко Н. А. Середовище стратегічного управління персоналом. *Науковий вісник ЛНАУ*. 2010. № 17. С. 172-180.
5. Грішнова О. М. Економіка праці і соціально трудові відносини. К.: Кондор, 2016. 356 с.

Каштальян О. О., здобувач вищої освіти групи МЕД-211

Національний університет “Чернігівська політехніка”, alex20002103@gmail.com

Науковий керівник: Денисова Н. М., канд. техн. наук, доц. кафедри ХТ
Національний університет “Чернігівська політехніка”, 4386793@gmail.com

ОХОРОНА ПРАЦІ В РАКУРСІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

З кожним роком безпека на виробництві стає все більш значимим фактором, оскільки безпечна середа дає можливість працівникам мати вищу продуктивність, ефективність в роботі та зберігати власне здоров'я. Більш того, травматизм на виробництві несе низку ризиків та недоліків: зростання витрат на страхування; скорочення продуктивності через перенапруження чи інші травмування; зростання витрат на пошук нових співробітників та їх стажування; штрафи та

санкції за недотримання безпечних умов праці [1]. Тож не дивно, що цивільний захист та охорона праці в галузі та загалом стали одними із найбільш пріоритетних напрямків діяльності в економіці. Більш того, у 2015 році Генеральною асамблеєю ООН було розроблено нову стратегію сталого розвитку до 2030, в якій необхідно виділити 3 та 8 цілі, що передбачають підтримання високого рівня здоров'я нації, а також достойні робочі місця й економічне зростання.

Проаналізувавши статистику, зрозуміло що загальна кількість травмованих на підприємстві скорочується майже щорічно, з 4260 до 3876 осіб у 2015 та 2019 роках відповідно. Натомість кількість смертей на виробництві не має тенденції до зниження, оскільки у 2015 році вона становила 375 осіб, а в 2019 році - 422. Можна дійти висновку, що в Україні відбуваються позитивні зрушення у загальному рівні травматизму, водночас смертність продовжує зростати.

Для більш об'єктивної оцінки слід порівняти рівень травматизму на виробництві в Україні з середнім значення за 28 країнами Європейського Союзу. Щорічно показники травматизму є майже незмінними, так у серед 28 країн ЄС у 2015 році середня кількість травмованих була рівна 1643 особам на 100 тис зайнятих працівників, а в 2018 році – 1640 (скорочення складає 0,2%). Натомість в Україні ці значення становили 52,08 та 48,36 осіб на 100 тис зайнятих працівників відповідно (скорочення складає 7,7%). Порівняльний аналіз між Україною та країнами ЄС провести неможливо, оскільки дані є неспівставними, бо зважені показники відрізняються майже в 30 разів. Це може свідчити про те, що фактичне значення травматизму в Україні не відповідає дійсності, а реальна кількість травмованих осіб приховується [3],[4].

*Таблиця 1 – Статистика травматизму на робочому місці 2015-2019 роки**

Роки	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість травмованих (осіб)	4260	4428	4313	4126	3876
У тому числі зі смертельним наслідком	375	400	366	409	422
Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання (тис осіб)	8180,3	8108,3	8141,0	8532,4	9017,81
Кількість травмованих серед зайнятого населення зважена (осіб/100 тис осіб)	52,08	54,61	52,98	48,36	42,98
Кількість смертей серед зайнятого населення зважена (осіб/100 тис осіб)	4,58	4,93	4,5	4,79	4,68

*складено автором на основі аналізу даних із [2], [3].

Що стосується кількості смертей на виробництві, то в Україні показники не мають чіткої тенденції до зростання чи спаду, коливаючись з року в рік в межах 10%. У 2015 році кількість смертей склала 4,58 осіб на 100 тис зайнятих працівників, а у 2019 році 4,79 осіб, що становить 4,6% приросту за розглянутий період. Щодо країн ЄС, то можна відзначити позитивну тенденцію до спаду, показник скоротився з 2,39 до 2,08 осіб на 100 тис зайнятих працівників за розглянутий період, або 15% спаду смертності. Показники в Україні та ЄС є співставними і в середньому є вищими майже на 115%, що свідчить про те, що в Україні умови виробництва є небезпечними відносно країн ЄС [3],[4].

Для того, щоб з'ясувати причини високого рівня смертності в Україні, необхідно розглянути які види травм бувають на виробництві. Найбільш поширені це: травми без удару, що сталися в результаті надмірних фізичних зусиль, спрямованих на зовнішнє джерело; стрес та інші ментальні проблеми пов'язані зі здоров'я людини; фізичне травмування, що сталося в результаті падінь, ковзання чи контакту з обладнанням [5].

Порівнявши політику країн Європейського Союзу та України, можна дійти висновку, що роботодавці в країнах ЄС спрямовують всі свої зусилля на створення безпечних умов праці, що майже виключають можливість травмування, а тим паче смерті на виробництві, натомість в Україні дуже часто роботодавці працюють з наслідками небезпечного середовища на виробництві, прораховуючи лише збитки на компенсацію травмованих на підприємстві. З усього переліку наслідків, що травматизм на виробництві чинить на компанію, необхідно зробити висновок, що компаніям значно вигідніше створювати безпечні робочі місця, уникаючи додаток витрат, пов'язаних з усуненням негативних наслідків травмування та смертності на робочих місцях.

Натомість в Україні, базовими документами, що регулюють безпеку на виробництві є Положення про службу охорони праці та Положення про навчання і перевірку знань з питань охорони праці на підприємстві. Документи були розроблені у 2004 та 2005 роках (з незначними правками у 2017 році) на основі аналогічних з Радянського Союзу, що є свідченням того, що норми та стандарти не відповідають реаліям. Тож глобальними цілями для уряду повинні стати перегляд та розробка нової актуальної нормативної бази щодо діяльності та безпеки на підприємстві, а також формування стратегії розвитку України щодо спрямування підприємств до відповідального ставлення до трудових норм та скорегувати її виходячи з досвіду країн Європейського Союзу.

Перелік посилань

1. Caster Concepts. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.casterconcepts.com/what-effect-does-workplace-injury-have-on-your-companys-revenue>.
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Державна служба України з питань праці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dsp.gov.ua/pro-stan-okhorony-pratsi-v-ukraini>.
4. Official Eurostat website. Accidents at work by sex, age and severity. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>.
5. National Safety Council “Injury Facts”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://injuryfacts.nsc.org/work/work-overview/top-work-related-injury-causes>.

Кліщенко А. О., студентка 1-го курсу, група ПМ-212

Національний університет «Чернігівська політехніка», klishchenko.anuta@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ

Поширення пандемії коронавірусу не тільки вплинуло на життя людини та її самопочуття, а ще й привело до негативних наслідків в економічній сфері більшості країн, на світовому ринку праці. Постійні локдауни та карантинні обмеження поширили такі явища, як віддалена робота, скорочений робочий час, відпустка за власний рахунок, скорочення через закриття підприємств тощо.

Мати роботу і заробітну платню для людини дуже важливо. З обмеженнями, введеними через пандемію, на ринку праці з'явилася певна низка проблем, а саме:

- була припинена діяльність багатьох і великих, і малих підприємств;
- скорочена тривалість робочого часу, а відповідно, і розмір заробітної платні;
- зменшення ефективності зробленої праці на віддаленій роботі;
- закриття торгових центрів і ресторанів, скасування авіарейсів та бронювання готелів, що привело до масових звільнень працівників в торговельній та готельно-туристичній сферах [1];
- повернення трудових мігрантів через закриття кордонів збільшило кількість безробітних в країнах-реципієнтах робочої сили;
- різке зменшення доходів населення України через зменшення зарплатні, втрати роботи та доходів фізичних осіб-підприємців [2];
- швидка зміна пріоритетів і нерівномірність на ринку праці. Коли в одних сферах кількість вакансій зменшувалася більше, ніж в 2 рази, в інших вона виростала втричі. І в межах однієї сфери під час весни та літа можна було спостерігати то злети, то падіння кількості пропозицій щодо роботи. Наприклад, на початку карантину, в другій половині березня, активно шукали IT-фахівців – тоді кількість вакансій збільшилася на 125% [3];
- через відсутність сприятливих умов для формування власного малого бізнесу збільшився відсоток так званої «тіньової економіки» на ринку.

У доповіді Всесвітнього банку «Перспективи світової економіки» від червня 2020 року зазначено, що пандемія та карантинні заходи негативно вплинули на світову економіку, занутивши її у глибоку рецесію. Падіння економіки на 5,2% та зниження економічної активності на 7% у розвинених країнах стали найглибшими з часів Другої світової війни. Доходи населення зменшилися на 3,6%, що спричинило появу значної кількості бідних людей. Найважче теперішню ситуацію переживають країни, які залежать від світової торгівлі, експорту сировини, туризму і зовнішнього фінансування. У доповіді також вказується на те, що дистанційне навчання або його відсутність, неповнота та несвоєчасність надання медичної допомоги у довгостроковій перспективі можуть негативно вплинути на якість людського капіталу [4].

Дослідження Всесвітнього економічного форуму «Майбутня робота» говорить, що працівники під час та після пандемії COVID-19 поділяються на три основні категорії:

- «незамінні працівники», які мають продовжувати працювати на своїх робочих місцях. Це, зокрема, кур'єри, доглядачі та медичні працівники, працівники продуктових магазинів, сільського господарства та виробники медичних товарів;

- «віддалені працівники», які можуть працювати віддалено і, ймовірно, зберегли свою роботу під час пандемії. Це, зокрема, деякі ІТ спеціалісти, працівники фінансового сектору;

- «надлишкові працівники», які втратили роботу під час пандемії [5].

На нашу думку, зменшити негативні наслідки пандемії коронавірусу допоможе максимальна діджиталізація ринку праці. Завдяки діджиталізації у період пандемії можливо:

- мінімізувати використання людської праці;
- підвищити рівень продуктивності виробництва і зекономити велику кількість часу на транспорт;

- замінити колективні зустрічі на відео конференції;

- організувати вигідні умови для роботи вдома;

- завдяки онлайн курсам, тренінгам і т.д. є можливість здобути нові знання і використовувати їх для покращення своєї працездатності.

Під час карантинних обмежень 2020 року основними тенденціями ринку праці в Україні стали:

- впровадження різних варіантів віддаленої роботи;

- наявність роботи як такої;

- різке зростання конкуренції – на одну вакансію стало припадати у 2-3 рази більше резюме, ніж у 2019 році;

- оптимізація витрат бізнесом, коли в компаніях залишили тільки ключових працівників [6].

За даними Державної служби зайнятості України станом на 1 грудня 2020 року на одне вільне робоче місце претендували 7 безробітних, а за аналогічний період 2019 року було тільки 3 особи. Серед безробітних за професійними групами переважали працівники сфери торгівлі і послуг (18%) та службовці і керівники (16%) [7].

В умовах пандемії Державна служба України з питань праці рекомендувала українському бізнесу наступні способи організації роботи під час карантину:

- встановлення працівникам неповного або скороченого робочого часу;

- запровадження роботи змінами;

- тимчасове запровадження дистанційної або надомної роботи [8].

Можна зробити висновок, що окрім проблем зі здоров'ям, пандемія коронавірусу спричинила ще й низку проблем у сфері працевлаштування, зменшила ефективність робочих процесів, сприяла збільшенню безробіття, і в цілому значно погіршила ситуацію на ринку праці України.

Перелік посилань

1. Ринок праці на карантині та професії, які будуть затребувані після пандемії COVID-19. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.09.13.html>.

2. Кулицький С. Український ринок праці під впливом пандемії COVID-19: стан та оцінка перспектив розвитку. *Україна: події, факти, коментарі*. 2020. № 12. С. 43-57.

3. УКРІНФОРМ: Як пандемія COVID-19 змінила ринок праці в Україні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3104312-ak-pandemia-covid19-zminila-rinok-praci-v-ukraini.html>.

4. COVID-19 загрожує занурити світову економіку у найтяжчу рецесію з часів Другої світової війни. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>.

5. Тенденції ринку праці 2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2021/05/15/7293523>.

6. Як пандемія COVID-19 змінила ринок праці в Україні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3104312-ak-pandemia-covid19-zminila-rinok-praci-v-ukraini.html>.

7. Офіційний сайт Державної служби зайнятості України. Аналітична та статистична інформація. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/67>.

8. Сім способів, щоб організувати роботу під час карантину. URL: <https://www.kadrovik01.com.ua/news/4547-7-sposobv-yak-organzuvati-robotu-pdprimstva-pd-chas-karantin>.

Кучерява Л. А., студентка 1 курсу, група КІСІ-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», liudakucheriava@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ВПЛИВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА СУЧАСНИЙ БІЗНЕС

В умовах швидкого розвитку технологій, світового ринку та конкуренції виникла потреба в швидкому реагуванні на зміни в економічному середовищі, більш того, необхідно генерувати нові ідеї та приймати нестандартні рішення. Сьогодні в галузі управління є потреба у нових методах, які сприяли б розвитку та покращенню роботи організації. Актуальними для забезпечення сталого та ефективного розвитку підприємства є: розробка нових послуг та товарів, збільшення прибутковості, розширення постійної бази клієнтів, що не можливо без креативного підходу.

Креативний менеджмент має більш прогресивну форму та нові принципи управління підприємствами, це виражається у нових підходах до поставленої мети, у новому відношенні до працівників. Перш за все він вчить нестандартному підходу до управління організацією, керівництво здійснюється, спираючись на довіру та співробітництво, постійне оновлення та закріплення знань персоналу. Загалом будь-який менеджмент має ставити головними у своїй організації людей, але креативний менеджмент робить на цьому ще більший акцент, таким чином заохочуючи своїх працівників ще продуктивніше працювати та генерувати нові ідеї, а споживачів повертатися назад та користуватися послугами цієї компанії.

Під креативним менеджментом слід розуміти одну з функцій управлінської діяльності, що передбачає, з одного боку, роботу керівників підприємств в напрямі створення комфортних умов роботи, сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, розвиток справедливого матеріального та матеріального мотивування, розробку та розвиток відповідної корпоративної культури, з іншого боку, активізацію ініціативи та творчої діяльності працівників щодо генерування, пошуку, розвитку, поєднання креативних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку підприємства, що в кінцевому випадку приводить до підвищення рівня конкурентоспроможності, сприяє формуванню та підтриманню позитивного іміджу підприємства, зростанню кінцевих результатів роботи [1].

На сучасному етапі розвитку суспільства головним стає завдання мобілізації інтелектуальних і творчих ресурсів організації для генерації нового знання і розроблення на його основі інноваційного продукту. Єдиним джерелом нових знань є люди. Для сучасних організацій підвищення власної креативності пов'язане як із залученням креативних особистостей, так і з

розвитком творчого потенціалу вже працюючих. Важливість креативного менеджменту в діяльності підприємств та організацій не має сумніву, тому що основним методом конкурентної боротьби в умовах ринкової економіки є нововведення, що нагально вимагають нестандартних (креативних) підходів від кожного працівника, який має справу з інноваціями. Креативний менеджмент уточнює, деталізує функції працівника в сфері інноваційної діяльності [2].

Середні або неуспішні компанії надають перевагу звичній логіці стратегічного планування, спрямованій на те, щоб обігнати конкурентів, тоді як найбільш успішні компанії ухиляються від змагання з конкурентами, виходять за межі встановлених галузевих правил, щоб створити нову цінність для клієнтів, одночасно знижуючи ціни. Замість того, щоб прагнути переграти конкурентів, вони змінюють правила гри в галузі. Вони зосереджуються на тому, що клієнти мають спільного, замість того, щоб проводити їх сегментацію і фокусуватися на тому, що їх розрізняє. Це дозволяє організаціям-інноваторам вивільнити ресурси, щоб направити їх на виявлення нових джерел задоволення потреб клієнтів. Такі компанії отримують значні конкурентні переваги, відмовляючись від прагнення обігнати конкурентів. Автори пояснюють, що логіка стратегії ціннісних інновацій відрізняється від звичної логіки побудови стратегії за п'ятьма позиціями. Завдяки процесу ціннісних інновацій компанії генерують нові рішення, що дають масовим споживачам більше того, що вони хочуть, і менше того, без чого вони можуть обійтися [3].

Підприємець, користуючись творчістю як ресурсом, впроваджує інновації з метою підвищення ефективності бізнес-діяльності. Сучасний ринок товарів та послуг характеризується динамікою, нові ідеї в підприємстві займають головні позиції, моделі бізнесу стають більш дорогими та ризиковими. Ведучими тенденціями бізнесу, які сприяють його успішності, є пошук оригінальних ідей, нестандартних рішень в звичайних ситуаціях, що вимагає креативного підходу ведення власної справи.

Творчість – це завжди унікальність і неповторність. При розумному застосуванні, у бізнесі вона є суттєвим фактором, що спрацьовує на користь діяльності компанії. Креативне підприємництво – це бізнес у межах креативної економіки, особливість якої – базуватись на знаннях, інформації, емоціях. На сьогоднішній день сектор креативної економіки створює робочі місця з найбільшою оплатою праці. Креативне підприємництво в Україні – це вільна ніша з великими перспективами [4].

Сучасний ринок товарів та послуг дуже динамічний, тому система ведення бізнесу зазнає постійних змін. На сьогодні найбільш вдалим для ведення бізнесу є креативний менеджмент. Він може швидко реагувати на зміни середовища, товари стають засобом задоволення не тільки матеріальних благ, але й духовних бажань за рахунок впровадження інакших, нових товарів, нових ідей та послуг.

Отже, зараз у світі менеджменту все частіше надають перевагу саме креативному менеджменту, він суттєво впливає на методи управління, прийняття рішень, тому в кінці результат виходить дійсно кращим. Сучасні підприємства, які використовують цю систему менеджменту, збільшують свою конкурентність на світових та вітчизняних ринках. Україна має гарний потенціал для застосування креативного менеджменту в бізнесі, проте питання в його розвитку. Головним ресурсом креативного менеджменту є людина, тому треба заохочувати людей працювати та генерувати нові ідеї для вітчизняних компаній.

Перелік посилань

1. Основні характеристики креативного менеджменту. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/321371-основні-характеристики-креативного-менед-се36a70a.pdf>.
2. Розділ 8. Креативний менеджмент. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/44235/1/Pererva_Kreatyvnyi_menedzhment_2019.pdf.
3. Креативний менеджмент. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/32133/1/Dovgan_Syntni_%20Kreat_men-t.pdf.
4. Креативність у підприємницькій діяльності. URL: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/108.pdf>.

Малоголова О. О., студентка 1 курсу, група КІСІ-211

Національний університет «Чернігівська політехніка»,
oleksandramalogolovaa79@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖЕРА КРЕАТИВНОГО ТИПУ

На сьогоднішній день креативний менеджмент починає ставати популярним, а потреба в спеціалістах цієї області зростає. Креативні індустрії дозволяють широко дивитися на всі процеси, що відбуваються в теперішньому світі. Вони забезпечують мобільність, вихід на глобальний ринок, формують проектне мислення, використовують безліч різноманітних ресурсів, розвивають людську індивідуальність. Творчі індустрії сприяють новому розумінню різноманіття світу, розвитку та збереження культури, історії та традицій тощо. При виборі товарів та послуг важливим стає імідж, мода, дизайн, стиль, бренд.

На думку дослідників даної проблеми основними рисами менеджера креативного типу є:

- проблемне бачення світу, здатність мислити стратегічно, бачити перспективи, наперед розпізнавати проблеми;

- вміння завчасно ставити проблеми, коли вони ще зароджуються;

- системне та панорамне сприйняття дійсності, процесів функціонування та розвитку керованого об'єкта;

- здатність логічно мислити, робити правильні та успішні висновки при дефіциті інформації;

- розвинена психологічна саморегуляція, що визначає ставлення до проблем та їх оцінки;

- здатність до імітації функцій різних членів колективу;

- психологічна проникливість, що дозволяє бачити і розрізняти в людях особливості їхньої поведінки, вміння сприймати, розуміти, приймати та використовувати точки зору, відмінні від власних або навіть протилежні їм;

- інноваційність та стратегічний характер мислення, здатність вийти за межі формального, звичного, перевіреного, традиційного;

- активність – здатність залучати людей до спільної діяльності, не вдаючись до засобів матеріального чи адміністративного примусу;

- здатність швидко перебудовуватися психологічно при зміні умов діяльності чи переході до вирішення принципово нових завдань;

- вміння делегувати не лише владу та відповідальність, а й свій авторитет лідера;

- здатність до латентного (прихованого) керівництва, яке передбачає включення людей у діяльність не на формальній субординаційній основі, а на вмінні звернутися за порадою та допомогою [1, с. 22].

Основними критеріями, що характеризують менеджера креативного типу повинні стати: компетентність; цінності та цільові установки; лідерство; рівень знань; організаційна поведінка; комп'ютерна грамотність; інноваційність; активність і самостійність; стратегічне мислення; дослідницькі здібності. Всі ці властивості повинні існувати у взаємодії [1, с. 23].

Основою формування менеджера креативного типу є потенціал менеджера, який має постійно вдосконалюватися. Потенціал – це здібності та можливості людини, що забезпечують досягнення поставленої мети [2].

Як і будь-який тип управління, креативний менеджмент характеризується особливими рисами в системі, механізмі та процесі управління. У системі управління креативний менеджмент знаходить своє вираження, насамперед, у ступені централізації управління. Він передбачає велику самостійність ланок і, отже, вимагає децентралізації управління, що має супроводжуватися підвищеною значимістю професіоналізму і ретельним відбором персоналу за ознаками здібностей творчої діяльності. Але здібності індивіда повинні узгоджуватися з

творчою атмосферою діяльності всієї групи, тому велике значення набуває формування групи, всього колективу. У системі креативного менеджменту підвищується роль горизонтальних зв'язків та загальної цільової установки. Менеджер займає позицію та роль консультанта, ініціатора та приділяє головну увагу мотивації творчості. При цьому його повноваження необов'язково повинні мати вирішальне значення для розробки управлінських рішень. Креативний менеджмент існує як там, де виробляється інтелектуальний продукт, так і там, де чинники інтелекту, натхнення, творчості грають вирішальну роль у досягненні мети. У креативному менеджменті творчість виступає не тільки як об'єкт управління, але й як джерело інновацій, стиль управління, потенціал розвитку, людський чинник.

Механізм креативного менеджменту – це сукупність засобів впливу, що використовуються у досягненні творчого підходу до діяльності, розвитку індивідуальних здібностей і на цій основі – підвищення ефективності роботи. До таких засобів належать проблемне завдання, інформаційні цінності, заохочення індивідуальних позицій (самостійності), довіра, атмосфера креативної групи, ротація функцій, позитивний емоційний настрій. Проблемне завдання містить проблему і вимагає пошуку її вирішення. Інформаційні цінності полягають у наданні додаткової, іноді ексклюзивної інформації, яка також змушує думати по-новому. Заохочення індивідуальних позицій (самостійності) також належить до арсеналу засобів креативного менеджменту.

Методологія та організація креативного менеджменту не повинні сковувати творчі процеси. А вони можливі лише в тому випадку, коли немає побоювань, що тебе не зрозуміють, не приймуть твою позицію або засудять її. Навіть якщо пропозиції індивіда не входять до управлінського рішення, вони повинні заохочуватися, тому що їх розвиток може призвести до дуже цінних висновків та результатів. У механізмі креативного управління довіра грає дуже велику роль. Вона будується на спеціалізованому підборі персоналу і не виключає відповідальності. Довіра – це визнання креативного потенціалу, це умова розкритості, чинник людського ставлення. Довіра стимулює самостійність людини та індивідуальну відповідальність [3].

Отже, основою формування менеджера креативного типу є потенціал менеджера, який повинен постійно розвиватись. Креативне управління ґрунтується на творчому підході до діяльності керівництва й колективу, тому креативному менеджеру необхідно використовувати й розвивати свої потенційні можливості.

Перелік посилань:

1. Калюжна О. В. Креативний менеджмент. Конспект лекцій. Миколаївський національний аграрний університет. Миколаїв, 2018. 63 с.
2. Креативный менеджмент. URL: <https://www.freepapers.ru/68/kreativnyj-menedzhment/199125.1202103.list1.html>.
3. Основные черты и особенности креативного менеджмента. URL: https://studme.org/58453/menedzhment/osnovnye_cherty_osobennosti_kreativnogo_menedzhmenta.

Міщенко А. М., студентка 1 курсу, група ПМ-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», mishenko1610@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ВМІННЯ ВЕСТИ ПЕРЕГОВОРИ ЯК КОРПОРАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРСОНАЛУ

Вміння вести переговори є важливою навичкою у сучасному світі, а особливо на підприємстві. Наявність такого досвіду допомагає встановити корисні зв'язки з іншими фірмами, вигідні умови перебування на ринку тощо. Проте не кожен здогадується, що практикуємо ми цей навик постійно – вдома, на роботі, під час навчання, в громадському транспорті. Однак нам варто зрозуміти, що таке переговори, щоб оцінити який вплив вони мають безпосередньо на корпоративний потенціал персоналу і як можна розвинути дану навичку.

Як вказує В. Л. Цветков, переговори є складним психологічним явищем, пов'язаним з особливостями психіки людини, що складається з вміння знаходити взаємоприйнятні рішення з іншими людьми шляхом обміну інформацією. Переговори – це взаємне спілкування з метою досягнення спільного рішення. Сторони приходять до розуміння необхідності переговорів тоді, коли конфронтація не дає результатів або стає не вигідною. Переговори являють собою специфічний вид соціальної взаємодії. Кардинальною характеристикою такої взаємодії є розбіжність цілей, інтересів, позицій людей, включених в переговорний процес. Сама потреба в переговорах і виникає лише тоді, коли думки не збігаються, інтереси і позиції розходяться. Р. Фішер і У. Юрі зазначають, що без спілкування не буває переговорів [1].

За вмінням представників фірми вести переговори можна оцінити й весь колектив. Переговори – це доволі складний і нерідко довготривалий процес (іноді вони можуть тривати й декілька років), зі значною кількістю нюансів, непорозумінь та ускладнень [2, с. 21]. Саме тому може статися так, що не досвідчений переговорник не зможе правильно поставити питання, оголосити бажання компанії, що призведе, скоріш за все, до втрати бажаного результату або взагалі потрапляння у не вигідне становище. Якщо так станеться, то в співрозмовника вірогідно складеться враження про всю компанію, як поганого ділового партнера й не буде бажання укладати угоди в майбутньому. Однак якщо керівник чи спеціалізована людина розуміється на принципах опонента й мистецтві ведення переговорів, то він може здобути те, чого прагнув, або навіть отримати більш вигідний результат. Тому це також, вміння знаходити правильний підхід, компроміс, який стане альтернативою того, що ви прагнули здобути [2, с. 17].

Однак переговори також потрібно проводити і між персоналом, адже між ними також може виникати конфлікт, який потрібно вдало й обережно залагодити. Часом це може стати ще більшою проблемою, адже конфлікт всередині підприємства набагато небезпечніший ніж поза ним. Якщо в останньому випадку, як наслідок буде втрата іміджу, який в майбутньому можливо відновити і покращити, то в першому – призведе до його занепаду, поступовому руйнуванню відносин серед співробітників. Тому дуже важливо вміти заспокоїти, знайти правильний підхід до колективу, щоб вирішити конфлікт, а в ідеалі уникнути його, що складно зробити без навички вдалого ведення перемовин.

Способів як набути цієї практики безліч, деякі з них – це відвідування тренінгів, читання відповідних книг і статей, навчання безпосередньо у людей, які майстерно володіють нею. Ви можете почути й прочитати багато корисних і дієвих порад, тактик ведення переговорів. Наприклад, якщо ви обираєте метод позиційних торгів, то вам потрібно обирати відповідно до ситуації: прийняти м'яку чи жорстку позицію. Перший спосіб передбачає постійні поступки, бути відкритим і привітним. Другий спосіб є абсолютно протилежним: опоненти – противники, ніяких поступок, перемога будь-якою ціною [3, с. 35].

Однак ці позиції є досить радикальними й у чистій формі зустрічаються не часто, й не всі люди готові або хочуть приймати одну з цих позицій з різних упереджень. Саме тому більш поширеним і дієвим методом є переговорний. Його принципи полягають у знаходженні компромісу, альтернативи; вмінні зосереджуватися на проблемі, а не на людині, з якою ви її вирішуєте; об'єктивно аргументувати свою позицію та спонукати до цього ж свого опонента [2, с. 37]. Більш ефективною ця методика стає, якщо її дотримуватися від самого початку й до кінця, починаючи від аналізу ситуації, проблеми, опонента; плануванням того, як ви готові добитися бажаного результату й цілі, завершуючи власне дискусією, залагодженням конфлікту та знаходженням компромісу, хоча результат може бути й більш негативним (не вирішення конфлікту, перенесення переговорів тощо) [3, с. 40].

Як вказують І. О. Сінгаєвський і Т. А. Репіч існує метод переговорів, що призначений для ефективного й дружнього досягнення розумного результату. Цей метод названий «принциповими переговорами» або «переговорами по суті». Він полягає в тому, щоб вирішувати проблеми на основі якісних властивостей, тобто виходячи із суті справи, а не торгуватися із приводу того, на що може чи не може піти кожна зі сторін.

Метод принципів переговорів може бути зведений до наступних пунктів:

- перший враховує той факт, що всі люди мають емоції, тому кожному важко спілкуватися один з одним. Тому потрібно, перш ніж почати працювати над суттю проблеми, відокремити саму проблему від людей і розібратися з нею. Якщо не прямо, то побічно учасники переговорів повинні прийти до розуміння того, що їм необхідно працювати пліч-о-пліч і розбиратися із проблемою, а не один з одним;

- другий пункт націлений на подолання непорозумінь, які виникають із концентрації уваги на позиціях, заявлених учасниками;

- третій пункт стосується труднощів, що виникають при виробленні оптимальних рішень під тиском. Угода повинна відображати якісь справедливі норми, а не залежати від голої волі кожної зі сторін (наявність якихось справедливих критеріїв).

Принциповий метод дозволяє розділити відносини між людьми і суттю проблеми [4, с. 74].

Отже, переговори – це складний і довготривалий процес, який має сильний вплив на всіх учасників перемовин, навіть якщо вони не приймали в них участь безпосередньо. Учасники процесу, які досконало володіють мистецтвом ведення переговорів, знають багато методів їх проведення та психологічних аспектів, можуть розумно й вигідно для обох сторін завершити суперечку, зберегти мирні відносини зі співрозмовником і створити чудовий імідж для компанії, підприємства, установи тощо.

Перелік посилань

1. Цветков В.Л. Психология конфликта: от теории к практике. Учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 183 с.

2. Росс Дж. Переговори у стилі Трампа. Ефективні стратегії і прийоми майстерного ведення бізнес-переговорів. КМ-БУКС, 2018. 240 с.

3. Фішер Р., Юрі У., Петтон Б. Шлях до «Так». Як вести переговори, не здаючи позицій. К.: Основи, 2016. 220 с.

4. Сінгаєвський І.О., Репіч Т.А.. Управління конфліктами: Конспект лекцій для студентів за напрямом підготовки «Управління персоналом та економіка праці» всіх форм навчання. К.: НУХТ, 2012. 80 с.

Науменко А. Ю., студентка 1-го курсу, група ПМ-212

Національний університет «Чернігівська політехніка», nastya2047n@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Розвиток туристичної галузі країни є невід'ємною складовою формування її конкурентоспроможності, соціально-економічного та культурного розвитку. Крім того, туристичний бізнес є підґрунтям для розвитку країни, її позитивного сприйняття на світовій арені [1]. Тому змінюється характер професійної діяльності фахівців туристичного та готельного бізнесу та умови й вимоги до підготовки спеціалістів у цій сфері. Очевидним стає той факт, що професійно, отже й ефективно, займатися туризмом без фахової освіти складно, а у сфері обслуговування споживачів туристських послуг просто неможливо [2, с. 64].

Я. Л. Казарницькова визначає професійну компетентність, як якість, властивість або стан фахівця, що забезпечує разом або окремо його фізичну, психічну й духовну відповідність потребам, вимогам певної професії, спеціальності, спеціалізації, стандартам кваліфікації, службової посади, яку він обіймає [2, с. 65]. Дослідники проблем професійної компетентності виділяють такі її види:

- професійно-кваліфікована компетентність (спеціальна) – підготовленість до самостійного виконання професійних виробничих завдань, уміння оцінювати виконання праці, здатність самостійно здобувати нові знання й уміння;

- соціальна компетентність – здатність до колективної діяльності і співробітництва з іншими працівниками, готовність до прийняття на себе відповідальності за результати своєї праці, навколишнє середовище й інші цінності;

- індивідуальна компетентність – готовність до постійного підвищення компетентності, здатність до самомотивування, рефлексії, саморозвитку особистості в професійній праці [3, с. 10].

Ці компетентності можуть застосовуватися для фахівців різних професій. Для персоналу, зайнятого в туристичному бізнесі, формування професійних навичок особливо важливо тому, що надає можливість вирішення нестандартних ситуацій, які часто виникають у процесі надання туристських послуг різним категоріям споживачів. Тому претендент повинен бути психологічно готовим надавати послуги та мати певні для цього особистісні якості, в першу чергу такі як комунікабельність та швидкість реакції. Вища школа має готувати студентів в обох напрямках: і як суб'єкта психічної активності, і як суб'єкта активної дії, тобто не тільки з позицій технократичних, але й з урахуванням людського чинника [2, с. 68].

У сучасному світі українці обожають подорожувати до інших країн. І для того щоб вони змогли задовольнити свої потреби необхідні висококваліфіковані фахівці, котрі зможуть допомогти у будь-якому питанні, що стосується їхнього відпочинку.

Україна за своїм географічним та політичним розташуванням має ряд переваг, які суттєво сприяють становленню її туристичного сектору. Серед основних туристичних переваг України можна виділити зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розгалуження санаторно-курортної бази, чимало унікальних архітектурних пам'яток. Все це сприяє розвитку нашої країни, як чудового місця для відпочинку. Проте, навіть такі переваги не використовуються у повному обсязі.

До основних проблем формування професійних компетентностей фахівців в туристичному бізнесі можна віднести:

- недостатній рівень обізнаності у цій сфері. Наприклад, недостатнє володіння інформацією про історичні пам'ятки міста чи території готелю;

- недостатній рівень обміном кваліфікації з іншими країнами. Адже не знаючи що відбувається за кордоном, можна залишитись у минулому та не знати передових технологій, які використовують у цій галузі;

- недостатня кількість фахівців, які володіють мовами інших країн;

- необізнаність фахівців у нових технологіях в цій сфері;

- недостатня комунікабельність та знання психології людей тощо.

Крім того, в Україні інфраструктура туристичного та готельного бізнесу потребує реконструкції, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, наявні екологічні та соціальні проблеми, недостатність індустрії розваг, недосконалість інституційного середовища, що також негативно впливає на розвиток галузі і потребу у висококваліфікованих фахівцях.

Загальними вимогами до професійної компетентності фахівця туристичного бізнесу повинні стати: високий рівень підготовки у сфері менеджменту, обізнаність у теоретичних питаннях туризму та економіки, уміння самостійно й швидко приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу; відношення працівника до справи, його особистої відповідальності, уміння працювати в колективі, виконувати додаткові функції за власною ініціативою, гнучкість у розумінні своїх функціональних обов'язків, участь у прийнятті рішення, готовності до змін і т. д. [2, с. 72].

Також професійна компетентність пов'язана із формуванням професійної свідомості. Зміст професійної свідомості включає систему усвідомлених професійно необхідних знань про цілі, засоби, плани, програми, об'єкти, суб'єкти, параметри, норми професійної діяльності. Специфіка професійної свідомості, її структура залежить від змісту професійної діяльності, але можна виділити спільні компоненти:

- 1) теоретичні та історичні знання, що необхідні для реалізації певної професійної діяльності;
- 2) практичний компонент включає практичні уміння і навички, правила і норми професійної діяльності та являє собою певний професійний досвід;
- 3) професійно-етичний досвід практичної і теоретичної діяльності в рамках певної професійної діяльності являє собою фундамент професійної моралі та формується під впливом етичних стандартів, які задекларовані у нормативних документах професії [4].

Отже, для того щоб вирішити проблему формування високої професійної компетентності фахівців у туристичному бізнесі потрібно почати з навчання гарних фахівців і формування у них високих професійної свідомості, морально-етичних якостей, духовності, комунікабельності, вміння швидко та якісно вирішувати проблеми в туристичному та готельному бізнесі.

Перелік посилань

1. Розвиток туристичної галузі країни. URL: http://www.economy.nauka.com.ua10_2019/49.pdf
2. Казарницькова Я. Л. Процес формування професійної компетентності та працездатності майбутнього фахівця туристичної індустрії. *Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Серія: педагогічні науки.* 2009. №10. С. 67-74.
3. Проблеми освіти: наук.-метод. збірка. К.: Наук.-метод. Центр вищої освіти, 2003. Вип. 33. 316 с.
4. Сайко Н. Формування професійної свідомості у майбутніх соціальних педагогів. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/566110.pdf>.

Ніколаєнко Л. С., здобувачка вищої освіти

Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна
Науковий керівник: Сакун О. С., д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, ОБЛІК ТА АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI

В сучасних умовах одним з найбільш складних і суперечливих питань обліку є облік дебіторської заборгованості, що пов'язано з існуванням тотальної проблеми неплатежів спровокованих карантинними заходами. Підприємства намагаються втриматися «на плаву» часто за рахунок виконання фінансових зобов'язань перед партнерами. Зростання дебіторської заборгованості призводить до погіршення платоспроможності підприємства, щонайменше погіршує результати діяльності, щонайбільше призводить до банкрутства підприємства. Тому, облік дебіторської заборгованості на підприємстві потребує особливої уваги, поступового вирішення проблем та розробки індивідуального підходу до дебіторів підприємства.

На сьогоднішній день є багато різних підходів до визначення економічної сутності дебіторської заборгованості. Відповідно до основних з них «дебіторська заборгованість» визначається як:

– борги (Л. Е. Алексеева, І. О. Бланк, Е. П. Козлова, М. Я. Коробов, Е. М. Причепій, А. М. Черній, В. Д. Гвоздецький, М. С. Мочерний, О.М. Кияшко, О. О. Сотнікова, О. М. Седашова та ін.). Наприклад, О. М. Кияшко визначає дебіторську заборгованість як суму заборгованості дебіторів підприємству на певну дату, що виникла в результаті минулих подій, яку кредитор має право вимагати відшкодувати [5, с. 36], а О. О. Сотнікова та О. М. Седашова [13, с. 135] розглядають дебіторську заборгованість як суму боргів підприємству, організації, фізичній особі від інших суб'єктів господарських відносин внаслідок несвоєчасних розрахунків за товари, послуги, виконані роботи;

– боргові вимоги (Г. Г. Кірейцев, І. Бернар, Л. О. Лігоненко та ін.). Так, С. М. Ксьондз [6, с. 107] під дебіторською заборгованістю розуміє включені у склад майна господарства, його майнові вимоги до інших осіб, які виступають боржниками в правовідносинах, що виникли за різних обставин, а Г. Г. Кірейцев вважає, що дебіторська заборгованість – це вимоги щодо оплати. Боргові вимоги є еквівалентом боргу тієї особи, на яку покладається виконання обов'язку; як і борги, боргові вимоги розглядаються з точки зору терміна їх виконання [4];

– права на повернення боргу (М. В. Кужельний, В. Г. Лінник, Н. Ю. Зудіна, Л. В. Черненко та ін.). Н. Ю. Зудіна визначає поняття «дебіторська заборгованість» як право організації на надходження фінансових і нефінансових активів, яке виникає із зобов'язань юридичних та фізичних осіб у процесі господарської діяльності [1];

– грошові кошти, які дебітори повинні сплатити підприємству (А. Ю. Редько, А. Ф. Вещунова, Р. А. Слав'юк, П(С)БО 10). Відповідно до П(С)БО 10, дебіторська заборгованість – це сума заборгованості, пов'язана з необхідністю функціонування підприємств, встановленням ними господарських відносин з постачальниками, покупцями та іншими організаціями [12];

– вкладення в обігові кошти (В. Ф. Палій, Т. М. Мараховська, О. С. Любенко, О. С. Іванілов та ін.). О. С. Іванілов вважає, що це – складова оборотного капіталу, яка передбачає певні вимоги до фізичних та юридичних осіб з оплати товарів, продукції, робіт [2, с. 156];

– відкритий кредит (О. П. Крайник, З. В. Клепнікова, Т. В. Момот та ін.). Наприклад, Т. В. Момот ототожнює дебіторську заборгованість із безвідсотковою позикою контрагентам [8, с. 207].

Отже, провівши аналіз економічної категорії «дебіторська заборгованість», можна зробити висновок, що в економічній літературі виділено декілька розповсюджених точок зору, в основі яких під дебіторською заборгованістю розуміється зобов'язання інших суб'єктів господарювання.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності регулює Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) 10 «Дебіторська заборгованість» [12].

Для відображення в обліку дебіторської заборгованості, тобто розрахунків з покупцями та замовниками використовуються такі рахунки бухгалтерського обліку: 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 37 «Розрахунки з різними дебіторами», 38 «Резерв сумнівних боргів» [3]. До цих рахунків підприємство, відповідно до виробничих запитів, відкриває субрахунки.

Аналітичний облік ведеться за кожним дебітором, за видами заборгованості, термінами її виникнення й погашення.

Для полегшення обліку доцільно скласти картотеку дебіторів. Картотека формує правильне складання первинного обліку та прискорює облікові роботи, тому являється необхідною складовою організації обліку розрахунків з дебіторами.

Організаційні процедури, що забезпечують визнання за облікове відображення розрахунків із дебіторами включають організацію документування, організацію податкового супроводження, організацію проведення інвентаризації розрахунків.

Для забезпечення своєчасності надходження коштів дебіторів необхідно розробити графік, у якому вказати терміни одержання всіх розрахункових документів, їх рух між підрозділами підприємства, строки оплати поставок та осіб, відповідальних за складання одержання документів, їх перевірку та обробку. Для забезпечення контролю за своєчасним складанням документів та їх просуванням між виконавцями необхідно розробити зведений графік руху документів по розрахунках з дебіторами [10].

При цьому треба враховувати зміни до системи документального супроводження розрахункових операцій, за якими певні види первинних документів, що використовувалися традиційно, змінили свій статус або форму застосування. Рахунок-фактура визнаний первинним документом і доповнений частиною визнання виконаних робіт (інвойс); акти виконаних робіт не є обов'язковими до використання. Внесені зміни у документування податкового супроводження розрахункових операцій та електронного адміністрування справляння податку на додану вартість, який супроводжує значну частину розрахунків із дебіторами [7].

Здійснення аналізу дебіторської заборгованості дає змогу визначити її склад та структуру, зміни які відбулися в динаміці за період, що аналізується, показники якості, ліквідності та обіговості дебіторської заборгованості, з'ясувати реальність погашення даного виду заборгованості, також визначити який вплив на ефективність діяльності підприємства вона здійснює, розробити заходи щодо оптимізації величини і частки дебіторської заборгованості в обігових активах підприємства.

Найкращий захід уникнення дебіторської заборгованості – її попередження. Тому необхідно починати контролювати таку дебіторську заборгованість ще до процесу її виникнення. При цьому, необхідне не тільки проводити рейтинговий розподіл потенційних покупців–боржників, але й визначати ризикованість їхньої діяльності [11, с. 681–686]. З метою покращення сприйняття результатів аналізу дебіторської заборгованості доцільно складати аналітичні таблиці, які б узагальнювали найважливішу інформацію, отриману під час аналізу.

Для цілей управління доцільно складати таблицю дебіторської заборгованості покупців та замовників з урахуванням виконання термінів погашення [9, с. 134–138].

За результатами дослідження приходимо до висновку, що основою обліку дебіторської заборгованості є вчасне подання якісної інформації, щодо розрахунків різних дебіторів, що є можливим за умови організації деталізованого аналітичного обліку. Аналіз дебіторської заборгованості не повинен розглядатися відокремлено від системи управління підприємством, а повинен починатися ще до утворення дебіторської заборгованості, при цьому повинен застосовуватися комплексний підхід з метою розробки варіантів управлінських рішень для забезпечення стабільного економічного розвитку підприємства.

Перелік посилань

1. Зудина Н. Ю. Анализ и регулирование дебиторской задолженности в коммерческой организации: автореф. дис.... к.э.н. [Текст] / Зудина Н. Ю. – М.: ФГОУ, 2009. – 26 с.

2. Іванілов О. С. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства [Текст] / О. С. Іванілов, В. В. Смачило, Є. В. Дубровська // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 156–163.

3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Міністерство фінансів України від 09.12.2002. № 1012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>.

4. Кірейцев Г. Г. Фінансова звітність підприємств та її аналіз [Текст] / Г. Г. Кірейцев. – К.: ЦУЛ, 2002. – 452 с.

5. Кияшко О. М. Облік дебіторської заборгованості з позиції концепції збереження капіталу [Текст] / О. М. Кияшко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2009. – Вип. 16 (1). – С. 190 – 193.

6. Ксьондз С. М. Дебіторська заборгованість як об'єкт управління. [Текст] / С. М. Ксьондз // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4. – С. 105–110.

7. Левченко З. М. Організація бухгалтерського обліку розрахунків з дебіторами. [Текст] / З. М. Левченко // Економіка і суспільство. - 2017. - № 9. – С. 1167-1171.

8. Момот Т. В. Сучасні моделі управління дебіторською заборгованістю підприємства [Текст] / Т. В. Момот // Научно-технический сборник Харьковской национальной академии городского хозяйства. – 2008. – № 85. – С. 207 – 211.

9. Непочатова В. С. Внутрішній контроль розрахунків з покупцями та замовниками. [Текст] / В. С. Непочатова // Молодий вчений. – 2016. – № 3. – С. 134–138.

10. Островерха Р. Е. Організація обліку: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 568 с.

11. Пастернак М. М. Методика аналізу дебіторської заборгованості [Текст] / М. М. Пастернак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – Вип. 23. – С. 681–686.

12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 року № 237 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.

13. Сотнікова О. О., Седашова О. М. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємства. [Текст] / О. О. Сотнікова, О. М. Седашова // Управління розвитком. – 2012. – № 3 (124). – С. 134–136.

Петришина К. В., студентка 2 курсу, група МУП-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», magi.bear7@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

РОЛЬ МІЖСОБИСТІСНИХ СТОСУНКІВ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Якщо в компанії гарно розвинені міжособистісні стосунки співробітників, то в неї більше шансів для побудови гарної проривної команди, яка і "гори зверне" задля своєї мети. Міжособистісні стосунки в колективі – це і управління персоналом, і взаємодія співробітників між собою. Адже навіть настрій дуже впливає на продуктивність праці будь-якого індивіда. Особливості міжособистісних стосунків індивідів в організації, всередині трудових колективів впливають на результати як і спільної діяльності, так і на кожного її члена окремо.

Міжособистісні відносини формуються в групі в процесі міжособистісної взаємодії членів цієї групи. Вибудовування відносин один з одним починається у відповідь на соціально-психологічні відносини партнерів по взаємодії з соціальною системою, в яку вони входять, саме тому відносини набувають характеру взаємності і перетворюються у взаємини [1].

Міжособистісні відносини на підприємстві зароджуються в момент початку становлення самого колективу, коли в нього приходять поки що зовсім незнайомі новенькі люди. Поступово між цими людьми починає встановлюватися зв'язок, за рахунок здійснення спільної діяльності та спілкуванням щодо завдань, які надаються керівництвом. Далі ці відносини вже закріплюються на рівні спільних потреб і цінностей.

Розподіл ролей в трудовому колективі, особливості формування, розвитку та прояву психологічного клімату, своєрідність динаміки спільної діяльності в цілому - все це в значній мірі визначається проявом індивідуальних і соціально-психологічних характеристик членів колективу і формує самобутні відносини, властиві конкретній організації. Благополучні міжособистісні стосунки позитивно впливають на взаємодію та професійну діяльність членів колективу. Негативні міжособистісні відносини навпаки частіше заважають справі, негативно впливаючи на виробничий та інші процеси [2].

Було проведено ряд досліджень, які виявили перевагу колективної роботи над індивідуальною. Виявилось, що людині легше працювати, коли група підтримує її, вірить в її сили, переймається за неї, чекає від неї високих результатів [3].

Німецький вчений Е. Лоренца проводив свої дослідження на фабриці гумового взуття, де середня продуктивність праці одного працівника, який працює індивідуально, була на 35-40 % нижче, ніж продуктивність тих, хто працював у групі. В результаті експерименту було встановлено, що продуктивність праці в групі підвищується на 10 % за рахунок підвищення індивідуальної продуктивності завдяки змаганням і соціально-психологічному впливу групи. Американський дослідник Е. Мейо виявив, що продуктивність праці залежить від групових норм, які визначають міжособистісний статус працівника. Також він стверджував, що норма виробітку може підвищуватися або знижуватися в залежності від групової думки. У вітчизняних дослідженнях висловлювалася думка про те, що групова норма продуктивності може зростати в декілька разів, якщо результати роботи кожного впливають на успіх інших і залежать від їх загального успіху. Як приклад наводилося швидке будівництво промислових підприємств, особливо в передвоєнні та повоєнні періоди вітчизняної історії [4].

Пандемія вплинула і на міжособистісні стосунки в колективах на підприємствах. Дослідження 25 тис. робітників показало, що 62% людей, які працюють в компаніях на умовах дистанційної роботи, перелякані тим, що їх колеги вважають, що ті працюють менше норми, тому недооцінюють дистанційних працівників. 98% опитаних підтвердило, що завдяки сучасним технологіям побудувати стосунки з колективом стало легше. Співробітники, що працюють дистанційно відчують, що вони повинні бути максимально залучені в справу свого колективу саме тому, що їх немає в офісі. У кожної людини є потреба в емоційному

зв'язку. 70 % вважають, що така форма зайнятості дозволяє їм краще підтримувати баланс між роботою та особистим життям, а у 38% з'являється можливість доглядати за дітьми. За допомогою дистанційної роботи людині також простіше займатися своїми особистими справами і вибудовувати міцні відносини [5].

Також з міжособистісними стосунками в колективі тісно пов'язане ментальне здоров'я кожного із співробітників. Пандемія справила істотний вплив на особисте життя людей, їх умови праці, що призвело до великого стресу і переживань. Саме тому питання підтримки ментального та фізичного здоров'я стало дуже актуальним для роботодавців.

Оздоровчі тенденції в компаніях, яким необхідно слідувати у 2021 році на думку команди HURMA:

1. Підтримка ментального здоров'я працівників шляхом доступу до конфіденційної лінії психологічної допомоги.

2. Телемедицина – дистанційне надання медичних послуг.

3. Управління стійкістю та стресом за допомогою проходження курсів з управління стресом.

4. Профілактичні заходи. Створювати сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі щодо здорового способу життя шляхом проведення семінарів та лекцій про здоров'я, влаштування регулярних медоглядів, заохочення активності, тощо.

5. Фінансове благополуччя. Проведення майстер-класів з фінансової грамотності.

6. Підтримка безпеки на робочому місці.

7. Сімейні оздоровчі програми. Наприклад, програма догляду за дітьми, можливість гнучкого графіку чи онлайн або офлайн сімейні заходи.

8. Розширена допомога співробітникам. Юридична, фінансова допомога, підтримка у важливих життєвих подіях [6].

Таким чином, завдяки покращенню міжособистісних стосунків в колективі і створенню сприятливого соціально-психологічного клімату можна добитися підвищення продуктивності праці персоналу та ефективності роботи підприємства.

Перелік посилань

1. Соціальна психологія: навч. посібник/за ред. О. Л. Журавльова. М: ПЕР СЕ, 2002. 351 с.
2. Соснін В.О., Краснікова Е. О. Соціальна психологія. М.: Форум, 2010. 335 с.
3. Бехтерев В.М. Об'єктивне вивчення особистості: вибрані праці з психології особистості / За ред. Г. С. Никифоров, Л. А. Коростильова. М: Наука, 1999. 283 с.
4. Красовський Ю. Д. Організаційна поведінка. М:ЮНІТІ-ДАНА, 2004. 119 с.
5. Швидке читання: як дистанційна робота впливає на наші стосунки з людьми? URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/15937-bystroie-chtenie-kak-udalennaya-rabota-vliyaet-na-nashi-otnosheniya-s-lyudmi>.
6. 8 оздоровчих тенденцій на 2021 рік. URL: <https://hurma.work/blog/8-ozdorovchyh-tendenczij-na-2021-rik/>.

Руденок А. Г., студентка 2 курсу, група ЗМУП-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», rudenokangelina@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ЗНАЧЕННЯ ТА МЕТОДИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ

Нематеріальна мотивація включає всі ті стимули, завдяки яким працівник відчуває себе важливим членом команди, а отже, готовий працювати більше і краще. Матеріальна і нематеріальна мотивація є не протилежними, а скоріше взаємодоповнюючими методами.

Дослідники даної проблеми стверджують, що реалізація нематеріальних стимулів здійснюється шляхом дотримання ряду принципів. По-перше, нематеріальна мотивація повинна поширюватися на всіх без винятку працівників, жоден працівник не повинен бути відокремленим чи обділеним. По-друге, методи нематеріальної мотивації необхідно

порівнювати з місією самої компанії. Нематеріальна мотивація повинна відобразитися не в конкретному працівнику, а в результатах діяльності компанії в цілому. По-третє, роботодавець повинен постійно збагачувати методи нематеріальної мотивації, додаючи щось нове в процес стимулювання персоналу. Якщо десять років поспіль вибирати найкращого працівника місяця і давати йому 20% знижки на продукцію компанії, то, звичайно, люди втратять інтерес [1].

Згідно з дослідженнями науковців Західної Європи, щодо аналізу факторів, які суттєво впливають на розвиток стимулів нематеріальної мотивації, найпривабливішими пропозиціями роботодавця були: відпочинок для дітей (сім'ї) – 62%, можливість відвідування медичного працівника, що працює з компанією – 58 %, скорочення часу на проїзд – 52 % [2].

На етапі грошового задоволення співробітники починають цікавитися іншими речами: відчуттям причетності, визнанням колег не тільки всередині компанії, а й за її межами, реалізацією свого потенціалу та власних ідей. Це має стати відправною точкою для розвитку нематеріальної мотивації професіоналів.

Таким чином, основними напрямками нематеріальної мотивації є:

1. Створення відчуття причетності. Існує багато можливостей вплинути на відчуття причетності до компанії, незалежно від того, чи є вони нематеріальними чи умовно грошовими. Безкоштовні методи, доступні будь-якому бізнесу, включають творчий підхід до найменування вакансій. Цей метод утримання співробітників використовувався багатьма успішними підприємцями та інноваторами, зокрема Стівом Джобсом, який назвав офісних консультантів «геніальними», таким чином значно зменшивши відсоток звільнень працівників.

2. Система публічного визнання. Згідно з опитуванням продуктивності працівників TJinsite, понад 35% працівників називають невизнання цінності своєї праці найбільшою перешкодою для зростання продуктивності. Цей фактор особливо важливий для мотивації висококваліфікованих спеціалістів.

3. Створення умови для реалізації потенціалу працівника. Доцільно застосовувати, щоб виявити співробітників з потенціалом і визначити межі їх можливостей, кинути виклик, поставити нестандартні завдання, які вимагатимуть від них самостійного пошуку рішень [3].

Науковці виділяють такі методи нематеріальної мотивації:

1. Визнання заслуг керівництвом. Найдавнішим видом нематеріальної мотивації є похвала керівника. Цей метод зберіг свою ефективність і сьогодні. Визнати заслуги працівника можна за допомогою подяки, оснащення стендів фотографіями кращих спеціалістів тощо.

2. Застосування ігрових методів. Ігри, змагання між командами дають чудові результати в командах, де переважають молоді спеціалісти.

3. Гарантія кар'єрного зростання. Кар'єрний ріст для багатьох є стимулом, який дає ряд переваг: високу заробітну плату, авторитет, визнання.

4. Надання можливостей для навчання, розвитку компетенцій, підвищення кваліфікації. Розвиток і зростання на одній посаді є нематеріальним стимулом для персоналу, який працює протягом тривалого періоду. Співробітники розуміють, що поки вони продовжують працювати в компанії, вони отримують розвиток і зростання компетенцій.

5. Вітання зі знаменними датами та подіями. Доброзичливе ставлення керівництва до своїх співробітників сприяє підвищенню лояльності та мотивації. Річниця роботи в компанії, день народження, день весілля, народження дитини, Новий рік, професійні свята – ось дати, з якими можна привітати, зробивши невеликий подарунок.

6. Створення комфортного робочого простору. Роботодавцю важливо створити комфортні зони відпочинку, простори для неформального спілкування, забезпечити персонал побутовою технікою, наприклад, чайником, кавоваркою, холодильником.

7. Проведення корпоративних заходів. Це можуть бути туристичні поїздки, виїзди за місто, спорт на свіжому повітрі тощо. Такий метод нематеріального стимулювання сприяє підтримці корпоративного духу, розвитку лояльності, здатності до налагодження дружніх стосунків з колегами.

8. Надання можливості працювати за гнучким графіком. Цей метод найбільше підходить для творчих професіоналів. Їм не потрібно бути присутніми в офісі протягом усього робочого дня. Гнучкий графік – чудова мотивація виконувати роботу швидко та якісно.

9. Видача бейджів, які можна обміняти на премії. Щоб отримати значки, працівникам потрібно досягти певних цілей, поставлених перед персоналом [4].

Отже, основне значення системи нематеріальної мотивації полягає в тому, щоб стимулювати таку поведінку працівників підприємства, яка орієнтована на досягнення стратегічних задач компанії. Нематеріальна мотивація праці разом із гідною заробітною платою сприяє зменшенню звільнень працівників, збільшує продуктивність праці, створює сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі і дозволяє проявитися творчим здібностям персоналу.

Перелік посилань

1. Васюта В. Б. Особливості формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. *International journal «Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools»*. 2019. Vol. 31. Number 1. P. 239-249.

2. Badrianto, Y., & Ekhsan, M. Effect of work environment and job satisfaction on employee performance in PT. *Nesinak Industries. Journal of Business Management and Accounting*, 2020. № 2(1). 322 p.

3. Волківська А. М., Осовська Г. В., Семенюк Т. В. Форми та методи стимулювання продуктивної діяльності в умовах корпоративного управління. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8543>.

4. Заставнюк Л. І., Липовецька Т. Р. Проблематика системи мотивації персоналу в сучасному менеджменті підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3(14). С. 170-172.

Сапон І. А., студентка 3 курсу, група УП-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», sapon.irina2001@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах забезпечення кадрової безпеки організації є однією з найважливіших функцій системи управління персоналом. Під кадровою безпекою розуміють комплекс заходів, спрямованих на запобігання економічним загрозам та ризикам, пов'язаних з помилками та протиправними діями персоналу організації.

Як зазначають фахівці, персонал, з одного боку, є найважливішим ресурсом організації, від якості та ефективності використання якого залежить її конкурентоспроможність, з іншого боку, є основним джерелом ризику. Наприклад, у фінансових установах близько 90% зловживань, пов'язаних із порушеннями в галузі інформаційної безпеки, відбувається за прямої або непрямої участі працівників банку [1].

У науковій літературі існують два підходи до визначення поняття «кадрова безпека»:

1) система кадрової безпеки не тільки спрямована на захист підприємства від негативних явищ, пов'язаних з безвідповідальною поведінкою та зловживаннями персоналу, а й передбачає створення умов для ефективної діяльності персоналу. Так, А. Я. Кібанов розглядає кадрову безпеку як генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з опрацювання цілей, завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального та високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації;

2) персонал розглядається як можлива загроза для організації, і основним завданням системи кадрової безпеки є захист компанії від ризиків і загроз, пов'язаних із персоналом. Завданнями кадрової безпеки передусім є створення умов для ефективної діяльності підприємства, посилення

його здатності протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам і загрозам, пов'язаним з персоналом, діагностика та прогнозування впливу персоналу на економічні показники, рівень інтелектуального потенціалу і трудові відносини загалом [2, с. 149].

Оскільки кадрова безпека охоплює всі аспекти діяльності персоналу, безпосередньо пов'язані із забезпеченням ефективного процесу господарювання підприємства, а також з огляду на значну кількість завдань, які мають вирішуватись, у системі кадрової безпеки можна визначити такі основні складові:

- безпека здоров'я – створення безпечних умов праці, запобігання виробничому травматизму, професійним захворюванням на підприємстві;

- безпека життя – комплекс заходів, спрямованих на недопущення зовнішніх небезпек для персоналу, пов'язаних з його службовою діяльністю;

- технологічна безпека – система аналізу та прогнозування, спрямована на безпечне та сучасне обладнання робочого місця, застосування новітніх технологій, використання кращого досвіду у сфері промислової безпеки та охорони праці;

- кар'єрна безпека – забезпечення професійно-кваліфікаційного та посадового просування працівників, заохочення підвищення кваліфікації, справедливе кар'єрне зростання, надання можливостей для самореалізації на робочому місці;

- адміністративна безпека – гарантування об'єктивного оцінювання результатів праці та справедливого кар'єрного просування;

- фінансова безпека – забезпечення гідної та стабільної оплати праці, що відповідає обсягу, кваліфікації, якості виконаної роботи; забезпечення впевненості у дальшій платоспроможності та збереженні робочого місця;

- пенсійно-страхова безпека – забезпечення соціального захисту персоналу, якісного медичного обслуговування, страхування;

- інформаційна безпека – реалізація сукупності правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї;

- інтелектуальна безпека – забезпечення високого рівня володіння сучасними знаннями, впровадження інноваційних практик в управління персоналом, підвищення рівня професійних знань, навичок, умінь, стимулювання прояву ініціативи та здібностей завдяки гнучкій системі преміювання;

- психолого-комунікаційна безпека – створення сприятливого морально-психологічного клімату, забезпечення ефективних комунікацій на підприємстві, забезпечення комфортних умов праці [3].

В останні роки в деяких організаціях застосовуються програми дослідження чесності кандидатів та співробітників з використанням поліграфа (детектора брехні), аналізатора стресу по голосу та інших технічних засобів. Питання безпеки діяльності персоналу включаються до програми навчання. Наприклад, програма підготовки прийнятих співробітників установ передбачає їх ознайомлення із правилами забезпечення безпеки, відповідальністю за дотримання правил роботи з конфіденційною інформацією, особливостями роботи з різними клієнтами, додатковими елементами технологій проведення фінансових операцій тощо.

З метою мінімізації кадрових ризиків в організаціях здійснюється постійний контроль за поведінкою персоналу, використанням інформаційних систем. Велика увага приділяється питанням лояльності та надійності персоналу. Благонадійність співробітника є характеристикою особистості та визначається як прагнення дотримуватися людиною правових та моральних норм, прийнятих у цій групі. Лояльність працівника – це показник його позитивного ставлення до організації.

Отже, лояльність співробітника є одним із чинників, які забезпечують його благонадійність за умов цієї організації, тобто його бажання дотримуватись технологічних та правових розпоряджень, відстоювати її інтереси, навмисне не завдавати їй шкоди. Тобто, без забезпечення лояльності та благонадійності персоналу не можна вирішити проблему кадрової безпеки

організації. У зв'язку з цим актуальним напрямком діяльності служб управління персоналом організацій стає робота зі згуртування колективу, орієнтація його на нові завдання, формування «бажаної» моделі поведінки працівника. Необхідно показати кожному співробітнику можливості та перспективи, які відкриває особисто для нього робота в організації [4].

Таким чином, забезпечення кадрової безпеки організації стає найважливішим напрямком діяльності служб управління персоналом будь-якої організації.

Перелік посилань

1. Семенченко А. В. Управління кадровою безпекою в контексті соціально-економічного розвитку. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2013-1_0-pages-232_236.pdf.

2. Кибанов А. Я. Управление персоналом: учебное пособие. 6-е изд., стер Москва: КНОРУС, 2018. 202 с.

3. Пучкова С. І. Управління кадровою безпекою підприємства через сучасні кадрові технології. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>.

4. Мігус І. П. Створення системи управління кадровою безпекою на підприємстві. URL: <https://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/135>.

Сафонова К. Я., здобувач вищої освіти з економіки

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, messposts@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук

Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля, krivulia@snu.edu.ua

ПОНЯТІЙНА ТА ПАРАДИГМАЛЬНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ЯК ДВА ВЕРХНІ ЯРУСИ ПІРАМИДИ КОМУНІКАЦІЙНИХ РИЗИКІВ (НА ПРИКЛАДІ РИЗИКУ)

Як показано у попередній роботі [4] існує декілька рівнів розмивання змісту інформаційного коду, що використовується в комунікації, які складають інтерпретації самої категорії, інтерпретація її виміру певною системою показників, та інтерпретації діапазонів кількісних значень, які ідентифікують як належні до певних нечітких термів лінгвістичних змінних. Таку концепцію висунуто у розвиток концепції конвенційності внутрішніх організаційних комунікацій [5] у рамках дослідження комунікаційних хиб [3] та комунікаційних ризиків та їхньої діагностики на засадах ситуаційної та системної діагностики [1, 2, 6]. Але слід розвинути цю концепцію, продемонструвавши її на однієї з категорій, яка належить предметному полю дослідження. У цій доповіді будуть розглянуті лише два верхні яруси піраміди комунікаційних ризиків.

По-перше, під час комунікації суб'єкти управлінського апарату можуть користуватися омонімічними, полуомонімічними та власними інтерпретаційними конструкціями. По-друге, якщо явище представлене показниками та підлягає виміру, то парадигма цього вимірювання та оцінювання може відрізнитися, використовуватися різними спеціалістами на їхній власний розсуд. По-третє, якщо ці виміри використовуватимуться в рамках якісного аналізу, таке неспівпадіння може викликати індивідуальну нечітку інтерпретацію діапазонів пропонованих значень, що також інколи називають фаззі-невизначенністю.

Припустимо, на фірмі комунікують декілька суб'єктів апарату управління, вони користуються однією лінгвістичною змінною «ризик». Цей ризик має певні тлумачення та виміри, з одного боку – це певна діяльність, яка спрямована на позитивний результат, але спирається на рішення, яке прийнято на вдачу, з іншого боку – це рівень ризику, який є свого роду вимірювачем тієї дії на вдачу. Також ризиком можуть називати ті фактори ризику (несприятливі фактори), які роблять дію невпевненою, та об'єкт дії факторів ризику (наприклад, майно або вартість, що під дією несприятливого фактору можуть зазнати шкоди). Ці різні тлумачення пов'язані, тобто вони не є суто омонімами, а завдають кластер квазіомонімів.

Але на цьому можлива різниця у тлумаченнях не скінчується. Якщо взяти для більш детального аналізу рівень ризику, то можна виявити два варіанти інтерпретації цього поняття. Один погляд представляє собою парадигму вимірювання, яка спирається на використанні оцінювання плану (бажаного результату), а інша парадигма вимірювання рівня ризику спирається на використанні оцінювання прогнозу (найбільш вірогідного результату). Перша парадигма тлумачить рівень ризику як ймовірність недосягнення бажаного результату, а друга має під собою певну оцінку впевненості, або ж навпаки невпевненості у прогнозованому результаті. Суттєва різниця між цими двома моделями як раз в тому, що перша розглядає бажаний планований результат, а друга – прогнозований. В результаті прогнозу виникає певний тренд, що відображає результат, невпевненість у якому представлена діапазоном відхилень, як від'ємних так і позитивних, тобто рівень ризику у другому підході вимірювання ризику має водночас позитивні та негативні аспекти, що потребує додаткового поняття – це схильність до ризику. Перша парадигма позбавлена потреби у понятті схильності до ризику. Якщо розподілення вірогідності нормальне, то маємо певну модальну величину E – математичне сподівання. Цей параметр є ключовим в рамках системи оцінювання прогнозного рівня ризику. Відхилення від цього математичного сподівання і буде визначати рівень ризику (цього відхилення й стосується, наприклад, правило 6 сігм).

Планова модель пов'язана з виробниками, які працюють в конкретній сфері, тому орієнтуються вони не на прогнозне значення, а на те, яке напряду пов'язане з їхнім родом діяльності. Це може бути, наприклад, виробнича потужність, контрактні зобов'язання, тощо. В моделі вводиться певний бажаний параметр, якщо він лівіше, ніж очікуване планове значення, то вірогідність його досягнення є маленькою та називається вона ризиком. А якщо правіше, то вірогідність досягнення плану є високою, і називається шансом. Обидві моделі в своїй математичній складовій мають спільні основи, але рівень ризику та шляхи його визначення значно різняться. Цей ризик має певні тлумачення та виміри, з одного боку – це певна діяльність, яка спрямована на позитивний результат, але спирається на рішення, яке прийнято на вдачу, з іншого боку – це рівень ризику, який є свого роду вимірювачем тієї дії на вдачу. Також ризиком можуть називати ті фактори ризику (несприятливі фактори), які роблять дію невпевненою, та об'єкт дії факторів ризику (наприклад, майно або вартість, що під дією несприятливого фактору можуть зазнати шкоди). Все це стає основою побудови двох верхніх ярусів піраміди комунікаційних ризиків та подальшого аналізу на засадах, що викладено у роботах [4-8] та деяких інших.

Перелік посилань

1. Дорошко М. В. Системна діагностика економічної безпеки процесу прийняття інвестиційних рішень на підприємстві / М. В. Дорошко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2013. – № 10 (199), Ч. 1. – С. 94-98.
2. Дорошко М. В. Ситуаційне діагностування економічної безпеки процесу прийняття інвестиційних рішень на підприємстві / М. В. Дорошко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2013. – № 17 (206), Ч. 1. – С. 53-58.
3. Дорошко М. В. Комунікаційні хиби при консолідації інформації у проектних командах : монографія / М. В. Дорошко, П. В. Кривуля. – Луганськ: Вид-во ЛДАКМ, 2014. – 196 с.
4. Кривуля П. В. Ієрархія рівнів комунікаційної невизначеності як чиннику зниження комунікаційного потенціалу управлінської команди (на прикладі ситуацій вимірювання ризику) / П. В. Кривуля, К. Я. Сафонова // Інформаційно-аналітичне забезпечення управління фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання в умовах COVID-19: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 18-19 листопада 2021 року / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – С. 138-142.

5. Кривуля, П. В. Конвенции внутриорганизационных коммуникантов как условие информационного обеспечения принятия управленческих решений / П. В. Кривуля, М. В. Дорошко // Материалы научной конференции “Проблемы экономического и правового обеспечения менеджмента хозяйствующих субъектов”. Сб. научн. трудов Дон. нац. техн. ун-та. – Донецк: ДонНТУ, 2008. – С. 169-176.

6. Кривуля, П. В. О синтезе методов анализа иерархий и фаззи-вычислений в целях развития ситуационной диагностики / П. В. Кривуля // Економіка. Менеджмент. Підприємство. Зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля. – 2006. – Вип. 16 (II). – С. 181-195.

7. Сафонова, К. Я. Пропозиція методу «ПУНКТ» і верифікація експертизи фонетичної якості термінів з використанням профілю належної конотації на прикладах з економічної термінології / К. Я. Сафонова, П. В. Кривуля // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2020. – № 2 (258). – С. 68-81. – doi: 10.33216/1998-7927-2020-258-2-68-81.

Сибіна В. О., здобувачка вищої освіти, гр. ЕК-19д

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
vek777orya2002@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук, доцент

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, krivulia@snu.edu.ua

ПРО СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «УПРАВЛІНСЬКІ ДИЛЕМИ» ТА «ЕФЕКТИВНА МНОЖИНА» ОРГАНІЗАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Від прийняття організаційних рішень залежить функціонування та подальший розвиток підприємства. Складений план організації виробництва має задовольняти певні вимоги організатора, тобто бути найкращим з поміж інших варіантів, саме тому використовують показники економічної ефективності. Але оптимізаційне мислення не завжди може бути реалізовано, тож у сучасному управлінні економічними об'єктами стають важливими процеси виявлення ефективної множини та задовільних рішень за Г. Саймоном (такому мисленню покладено початок у роботі [6]). Щоб обрати найефективніше рішення з погляду певного суб'єкту, або навіть просто задовільне рішення, застосовують ефективну множину рішень. Однак для організаційних рішень визначення ефективної множини стає дуже складним завданням, оскільки вся множина організаційних рішень – це більш логічне сполучення чинників виробництва ніж суто математичне, що показує А. М. Колосов у роботі [2] та у інших роботах (наприклад, [5]). Крім того, прийняття рішень за таких умов розповсюджує використання категорії управлінських дилем, що повністю доречно за умов визначення ефективної множини рішень, але стає перекрученням за умов роботи з повною множиною рішень. Саме демонстрація цієї думки стала завданням цієї доповіді.

Ефективна множина виникає з рішень які не можуть бути безумовно відкинутими. З цієї множини згодом суб'єкт обирає, яке рішення йому прийняти. Припустимо є два критерії, які відображають блага. Візьмемо до уваги тривіальний приклад кривої виробничих можливостей «Зброя замість масла» з роботи П. Самуельсона [7]. Всі комбінації всередині кривої можливі, а ті що поза нею неможливі. З точки зору максимального використання ресурсів, ця крива є ефективною множиною. Тоді дилема буде проявлятися лише з множини рішень, що знаходяться на кривій трансформації виробничої спроможності, але не у всій області можливих рішень. За наявності двох критеріїв можна побудувати залежність між двома критеріями у ефективних рішеннях. Розглянемо для прикладу традиційне співвідношення економічної ефективності з ризиком (рис. 1).

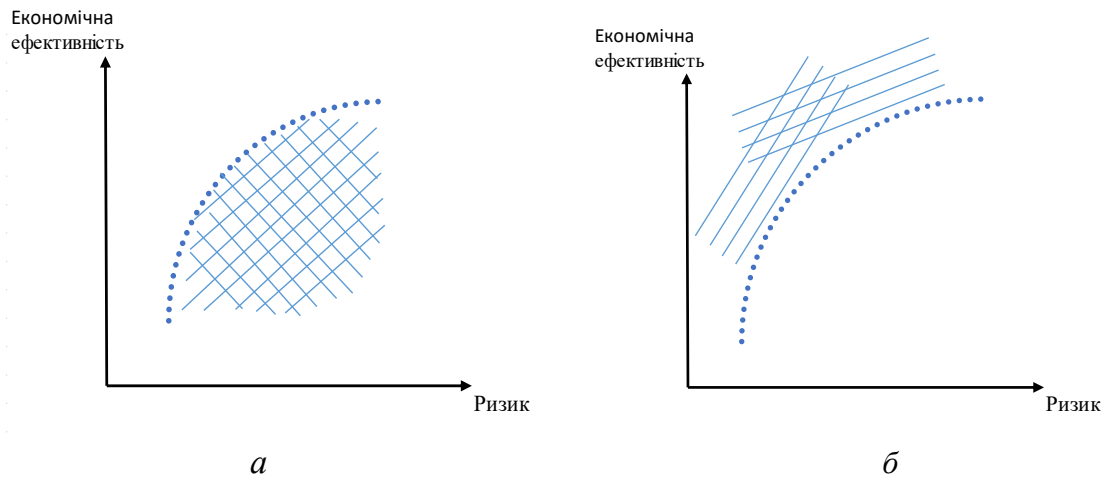


Рис. 1. Ефективна множина рішень по відношенню до всіх рішень (а), та по відношенню до уподобань осіб, що приймають рішення, тобто до двох альтернативних карт переваг (б)

Маємо множину рішень, зображену на рис. 1 (а), з якої формується ефективна множина, за допомогою якої можна побачити залежність ефективності від ризику. Ефективну множину позначено точками. Якщо діють раціональні економічні суб'єкти, то виділяють економічну множину, а вже в ній обирають задовільне до їхніх переваг рішення, тобто в залежності від власної карти переваг, приклади яких зображено на рис. 1 (б). Однак, якщо не брати до уваги переваги, то можемо вважати установленим, що для всієї ефективної множини існує дилема: чим більше економічна ефективність (позитивно), тим більший ризик (негативно); або чим менше ризик (позитивно), тим менше економічна ефективність (негативно). Але нічого подібного не має місця у повній множині рішень, а маємо констатувати, що до визначення саме ефективної множини у практиці не доходить. Це ж стосується і всіх інших дилем управління та ефективних множин організаційних рішень.

Отже, обираючи ефективне рішення з певної множини, не можливо розкрити будь яку управлінську дилему в повному обсязі. Тільки якщо сформовано, виявлено ефективну множину, то в ній проявляється управлінська дилема, – у поданому прикладі: чим вища ефективність, тим вищий буде показник рівня ризику. Ефективна множина – це деяка певна частина кордону області допустимих рішень, яка має риси лінії, тобто групи точок, що розташовані послідовно, а область всіх рішень – це певна фігура, тому дилема розкривається у просторі фігури не в повній мірі, тому що напрямки руху у фігурі можуть бути будь які. Крім того, неможливо знайти найбільш ефективні рішення як за аргументацією Г. Саймона [6], так і за умовами існуючої практики пошуку організаційних рішень, тому й управлінські дилеми перестають бути частиною оптимізації, а стають метафорами, що породжують СП-метафори за П. В. Кривулею [3], стають принципами пошуку задовільних рішень. У повному сенсі ж управлінські дилеми проявляють себе тільки в ефективній множині як і більшість інших економічних дилем, які в окремо взятих з множини двох рішеннях можуть не проявляти себе зовсім. Тому стають актуальними дослідження пошуку удосконалених систем показників, як [1, 4] та інші. Але для організаційних рішень таких досліджень замало.

Перелік посилань

1. Дорошко М. В. Перспективные направления дополнения существующего состава показателей оценки информационного обеспечения принятия управленческих решений / М. В. Дорошко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2008. – Вип. 19 (II). – С. 254-260.
2. Колосов А. Н. Адаптивная организация деятельности предприятия: монографія / А. Н. Колосов. – Луганск: Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2008. – 440 с.

3. Кривуля П. В. Предложение и проверка концепта тропов систем показателей: ситуативность СП-тропов и качественная оценка их видов / П. В. Кривуля // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2013. – № 4 (193). Ч. 2. – С. 81-91.

4. Кривуля П. В. Родовая категория видового разнообразия систем показателей / П. В. Кривуля // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2008. – Вип. 19 (II). – С. 52-81.

5. Організаційні форми внутрішньогосподарських фінансів : монографія / В. М. Гончаров, О. О. Кузнецов, П. В. Кривуля, Л. В. Кривуля. – Луганськ: Вид-во «Віртуальна реальність», 2013. – 270 с.

6. Саймон Г. А. Адміністративна поведінка: Дослідження процесів прийняття рішень в організаціях, що виконують адміністративні функції : пер. с англ. / Герберт А. Саймон ; Пер.: Руслан Ткачук. – Київ : АртЕк, 2001. – 392 с.

7. Самуэльсон П. Э. Экономика / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус; Пер. с англ.: 16-е изд. – М : Вильямс, 2000. – 680 с.

Старокожева А. С., здобувачка вищої освіти

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, starokozheva1103@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

ПРАВИЛА ДРУГЕ ТА ДРУГЕ-БІС З ЧОТИРЬОХ ПРАВИЛ ВИБОРУ З БІНАРНИМИ ОЦІНКАМИ, ЩО ВРАХОВУЮТЬ ПОРІВНЯЛЬНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ОКРЕМИХ ЕФЕКТІВ

Завдяки поєднанню відповідних прийомів у теорії прийняття рішень та фактичного досвіду прийняття рішень окремих ОПР з'являється можливість покращити прийняття рішень на основі впровадження нових показників (що показано у [1]) та формалізованого збалансованого підходу до питань економіки і управління. Особливістю саме економічних рішень є потреба у використанні концепції альтернативних затрат (вартості втрачених можливостей), що як показано у [2] підвищує роль правила Севіджу. У роботі [3] запропоновано чотири правила, які посилюють цю складову оцінювання сили впливу втрачених можливостей. Але певні тези цієї пропозиції потребують окремих пояснень, що й подано й цій доповіді.

У дослідженні було розглянуто ряд правил, що використовують перехід до матриць з бінарною оцінкою ефектів: 1 – позитивна оцінка, 0 – негативна. Для цього введено коефіцієнт **k**, який розраховується як сума всіх стратегій у платіжній матриці, що поділена на їхню кількість. Розраховане значення **k** слід порівняти з кожним значенням у матриці. Якщо число менше коефіцієнта, то воно замінюється на 0, а якщо більше, то – на 1. Критерієм вибору за першим правилом стає сума значень за строками нової матриці. Але через недостатню диференціацію значень критерію було запропоновано друге правило та правило друге-біс, які спрямовані на посилення або послаблення значень у стовпцях, які є більш привабливими для другої сторони гри (якщо це не гра з природою, то припущення такої поведінки є адекватним).

Для складеної за першим правилом платіжної матриці підбиваємо кількість нулів у кожному стовпці, та відповідно найцікавішим для супротивна будуть стовпчики з найбільшою кількістю нулів, або з найменшою сумою по стовпцю. Далі вводимо правило посилення (збільшення значень вектора з найбільшою кількістю нулів: всі значення вектору стають одиницею) або правило послаблення (зменшення значень вектора з найбільшою кількістю нулів: всі значення вектора стають нулем). Правило посилення будемо вважати *правилом другим*, а правило послаблення будемо вважати *правилом другим-біс*. Але можна замітити, що обидва правила, як посилення так і ослаблення повністю однаково впливають на вибір.

Припустимо, надано таку платіжну матрицю (а) та за описаною послідовністю дій розраховано середнє значення $k = 1,625$ та замінено значення у неї за описаною схемою порівнянням з k та заміни значень (якщо $k >$ число матриці, то число змінюється на 1; якщо $k <$ число матриці, то число змінюється на 0), що надало матрицю (б):

a)	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>5</td><td>1</td><td>6</td><td>-2</td></tr><tr><td>2</td><td>3</td><td>-3</td><td>7</td></tr><tr><td>1</td><td>0</td><td>2</td><td>8</td></tr><tr><td>4</td><td>-2</td><td>-7</td><td>1</td></tr></table>	5	1	6	-2	2	3	-3	7	1	0	2	8	4	-2	-7	1
5	1	6	-2														
2	3	-3	7														
1	0	2	8														
4	-2	-7	1														

б)	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td></tr><tr><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr><tr><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr></table>	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0
1	0	1	0														
1	1	0	1														
0	0	1	1														
1	0	0	0														

Далі знаходимо суму альтернатив дій у кожному рядку: 2, 3, 2, 1 (за першим правилом вже на цьому кроці вибираємо максимальне число – для матриці призив або мінімальне для матриці штрафів – для матриці призив найкраще значення – це друге, а для матриці штрафів – четверте) та підбиваємо кількість нулів у кожному стовпці. Найцікавішим буде більше число у другому стовпці: 1, **3**, 2, 2. Далі вже за цими даними використовуємо правило посилення/ослаблення: (а) посилення, або (б) ослаблення.

a)	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>0</td></tr><tr><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr><tr><td>0</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>1</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></table>	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0
1	1	1	0														
1	1	0	1														
0	1	1	1														
1	1	0	0														

б)	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td></tr><tr><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td></tr><tr><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>1</td></tr><tr><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr></table>	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0
1	0	1	0														
1	0	0	1														
0	0	1	1														
1	0	0	0														

Надалі знаходимо суму у кожному стовпці: а) 3, 3, 3, 2; б) 2, 2, 1, 1. Як бачимо, ситуація з недиференційованими значеннями погіршилась, а результати не відрізняються з боку визначення привабливості вибору тієї чи іншої альтернативи дії, лише всі значення критерію стають на одиницю меншими.

Слід акцентувати увагу на тому, що правила посилення та ослаблення однаково впливають на вибір, тому не має сенсу на цієї підставі їх розрізняти та надавати окремого номеру кожному з цих правил. Незалежно від того підсилюємо або послаблюємо вектор з найбільшою кількістю нулів, результат порівняння буде однаковим і не виражатиме іншу сутність вибору єдиного вигашного або програшного вектора, бо всі значення одного стовпчика при посиленні та послабленні відрізняються на одиницю, а всі суми тому теж відрізняються на одиницю. Продовжуючи експерименти, можна також дійти висновку, що правило друге та друге-бис не тільки еквівалентні, а й до того ж неправильні у певних конкретних випадках, у яких на перетині стовпця, який мали посилити, вже була одиниця, тому всі ці дії як раз зменшують вагу тієї альтернативи дії, яку слід було обрати за Севіджевською думкою вгадати саме ті обставини, які стануть реальністю. Тому слід розглянути ще й інші правила з бінарними оцінками. Оскільки друге правило та друге-бис правило не виконали задуманого призначення посилити, то це повністю виправдовує розгляд інших правил, третього та четвертого, які запропоновано у [3]. Хоча більш важливим завданням стає розвиток всього класу правил вибору, які враховують порівняну привабливість окремих ефектів до розрахунку інтегрального показника – так, як це роблять функції колективного вибору на відміну від функцій колективного добробуту.

Перелік посилань

1. Дорошко М. В. Перспективні напрямлення доповнення існуючого складу показателів оцінки інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень / М. В. Дорошко // Економіка. Менеджмент. Підприємство. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Вип. 19 (II). – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2008. – С. 254-260.

2. Кривуля, П. В. Зіставлення втрати зиску альтернативних проектів згідно різним правилам вибору / П. В. Кривуля, І. С. Гостева // Управління проектами та розвиток виробництва. Зб. наук. праць Української асоціації управління проектами, Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля та Університету економіки та права „Крок”. Вип. 4 (16). – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2005. – С. 114-125.

3. Старокожева А. С. Чотири правила вибору з бінарними оцінками, що враховують порівняльну привабливість окремих ефектів / А. С. Старокожева, П. В. Кривуля // Південноукраїнські наукові студії : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених. 15 груд. 2021 р., м. Одеса. – у друці.

Тарасенко Г. М., здобувач вищої освіти

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, tarasenkoanna43@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук, доцент

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

ЕКСПЕРТНЕ ОЦІНЮВАННЯ ВАГОМОСТІ РОЛЕЙ РІЗНИХ КЛАСІВ АКТОРІВ У ВИЗНАЧЕННІ СТУПЕНЮ ЗНАЧУЩОСТІ СУЧАСНИХ НАПРЯМКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Теоретичні напрямки сучасної економіки охоплюють різні сфери життя будь-якого члена суспільства. Напрями економічної теорії можуть призвести суттєвий вплив на функціонування та подальший розвиток господарських процесів, які включають бізнес, поведінку людини як складової осередки суспільства, державну політику. Не менш важливою частиною є дослідження, вивчення усіх процесів науковцями та розроблення інструментів для підвищення рівня життя. Враховуючи всеохоплюючий характер економіки виникає потреба у визначенні вагомості ролей різних груп суспільства у визначенні ступеню значущості її теоретичних напрямків.

Використаємо для цього метод парних порівнянь зі встановленням експертних оцінок за шкалою Сааті [2] і подальшим розрахунком значень середніх геометричних та власних векторів кожної групи. Результати наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Парне порівняння вагомості ролей акторів-інтересантів у визначенні ступеню значущості сучасних напрямків економічної теорії

Актори-інтересанти цільового параметра визначення	{1}	{2}	{3}	{4}	Середня геометрична	Власний вектор
{1} Науковці та прикладні дослідники	1	2	3	5	2,34937	0,469072
{2} Представники бізнесу	1/2	1	3	4	1,565084	0,313687
{3} Представники владних структур	1/3	1/3	1	2	0,686245	0,137543
{4} Домогосподарства	1/5	1/4	1/2	1	0,397635	0,079697

Отримані значення свідчать, що роль науковців та прикладних дослідників має найбільшу вагомість серед наявних акторів-інтересантів, значення середньої геометричної цієї групи – 2,35, а власний вектор (0,47) займає майже половину від загального числа (1). На другому місці виявилися представники бізнесу – їх вагомість перевищує значення двох із чотирьох груп та займає близько 31%. Третіми у черзі стоять представники владних структур, роль яких оцінюється експертом як вагоміша ніж лише одна група. Середня геометрична групи склала 0,69 з 4,99. Нарешті, найслабкішу роль грають домогосподарства – значення власного вектору займає 0,079. Отже, проведене ранжування може бути використано для кращого розуміння ролі кожної з суспільних груп. Проте, треба враховувати, що результати можна пояснити суб'єктивними судженнями експерта, що докладно розглянуто у [1] та спонукає до додаткової перевірки експертних оцінок шляхом залучення декількох експертів та перевірки стійкості значень експертного оцінювання.

Перелік посилань

1. Кривуля, П. В. Когнітивні ризики у оцінюванні відносної значущості складових комплексу цілей мегапроектів: абераційний ризик інтуїтивних переваг та консолідаційно-наведений ризик довільних порядків згортки [Електронний ресурс] / П. В. Кривуля, Д. А. Кобцева // Наукові Вісті Далівського університету. – 2019. – № 17. – doi: 10.33216/2222-3428-2019-17-12.

2. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем. М.: Радио и связь. 1991. 224 с.

Турчин Т. С., здобувачка вищої освіти

Національний університет «Чернігівська політехніка», truscintana@gmail.com

Науковий керівник: Холодницька А. В., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», allakhholodnytska@ukr.net

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА МАЛОГО БІЗНЕСУ

У системі напрямків управління формуванням трудових ресурсів значна роль належить підготовці, перепідготовці і підвищенню кваліфікації кадрів. Крім того, особливості функціонування підприємств в умовах пандемії COVID-19 висувають нові, більш високі вимоги до професійного рівня працівників та обумовлюють необхідність переосмислення системи розвитку персоналу та використання нових підходів до її побудови.

Більшість зарубіжних і вітчизняних учених до складових процесу розвитку персоналу відносять первинну професійну підготовку (навчання), перепідготовку, підвищення кваліфікації, планування трудової кар'єри, оцінку й атестацію персоналу [1, 2]. Наступні автори [3,4] до розвитку персоналу включають досить широкий спектр заходів, а саме: професійну підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації, планування кар'єри, професійну адаптацію та інше. Отже, розвиток персоналу – це системний процес удосконалення знань, умінь та навичок працівників підприємства, що реалізується через сукупність організаційно-економічних заходів, які передбачають адаптацію, професійне навчання, оцінювання та планування трудової кар'єри персоналу.

Дані Європейської статистики свідчать, що понад 2/3 всього персоналу підприємств в країнах ЄС навчаються на робочому місці. На середніх та великих підприємствах майже 4/5 персоналу навчаються новим професіям та підвищують кваліфікацію в межах підприємства. Разом з тим, поряд з формальним професійним навчанням на робочих місцях або за межами підприємства зростає значення і поширеність альтернативних форм навчання персоналу, зокрема:

– самостійного навчання (електронного), яким паралельно охоплено понад третину працівників;

– навчання через ротацію кадрів, що охоплює кожне п'яте робоче місце (робоче місце (посаду) працівника, відсутнього з причини навчання, тимчасово займає інший працівник для збагачення професійних навичок або безробітний на випробувальний термін під час працевлаштування (це є новим у програмах ротації кадрів));

– участі в програмах обміну працівниками з іншими підприємствами для отримання досвіду роботи в умовах іншої корпоративної культури;

– відвідування конференцій, семінарів (у цих формах професійного розвитку задіяний кожен п'ятий працівник) [5].

Що до України, то результати дослідження Федерації роботодавців України «Створення сприятливого середовища для сталого підприємництва», проведеного у 2016-2017 рр. свідчать, що і роботодавці, і працівники, не зацікавлені у систематичному підвищенні кваліфікації, що зумовлено слабкою залежністю між витратами та результатами; дотепер відсутня ефективна

міжсекторальна координація, що ускладнює забезпечення навчання упродовж життя; брак знань, вмінь та навичок випускників закладів освіти, і відсутність практичного досвіду викладачів, не дозволяють підприємствам забезпечувати сталий розвиток у майбутньому; обмежені можливості для розвитку системи безперервного навчання («long-life learning») негативним чином впливають на можливості розвитку, накопичення та генерації нових навичок та знань населення [6].

Підприємства малого бізнесу на відміну від великих підприємств, через обмеженість фінансових та інших ресурсів, не мають повноцінної служби управління персоналом і не проводять повноцінну кадрову політику. Ці функції покладені на власника, який і забезпечує планування роботи з персоналом, організацію роботи персоналу, мотивацію результатів праці, а також контроль виконаної роботи. Крім того, професійний розвиток персоналу не дуже заохочуються власниками бізнесу через необхідність інвестування у цей процес значних коштів, які і так обмежені, нерозуміння доцільності його проведення та невпевненості в завтрашньому дні. Навчання і підвищення кваліфікації працівників переважно здійснюються за свій рахунок і за власним бажанням.

Отже, основним напрямками покращення ефективності управління розвитком персоналу, як складової частини управління персоналом має стати удосконалення та забезпечення ефективності процесу прийняття нового працівника, стимулювання креативності персоналу, підвищення результативності процесу адаптації, посилення мотивації працівників до професійного розвитку, використання активних методів навчання, створення психологічного клімату, який буде сприяти навчанню. Все це дасть змогу сформувати персонал ФОП із працівників, які мають стратегічне мислення, підприємливість, широку ерудицію, високу культуру та прагнення забезпечити ефективність діяльності власного (в якому працюють) підприємства, що особливо важливо в сучасних умовах карантинних обмежень COVID-19. Кожен співробітник має знати, що за виконання якісної роботи, за креативність, за ініціативу та нові ідеї, за творчий підхід до рішення завдань, він отримає відповідну винагороду у вигляді премії, знижок, безплатних квитків на участь у конференціях, новітнього обладнання, а також визнання з боку керівника та інших учасників [7].

Перелік посилань

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник: 6-е изд., доп. и перераб. Москва : КНОРУС, 2018. 202 с.
2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: учебное пособие: 2-е изд., доп. и перераб. М. : ИНФРА-М, 2015. 492 с.
3. Крушельницька О. В., Котвицький А. А. Менеджмент персоналу: навч. посіб. К. : Знання України, 2008. 299 с.
4. Pedler M., Burgoyne J., Boydell T. The learning Company: 3rd end. – Maidenhead: McGraw-Hill, 2007.
5. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах Європейського Союзу: посібник / Л.П. Пуховська, А.О. Ворначев, С.О. Леу ; за наук. ред. Л.П. Пуховської. Київ: ПІТО НАПНУ. 2015. 176 с.
6. Дослідження Федерації роботодавців України «Створення сприятливого середовища для сталого підприємництва», проведеного у 2016-2017 рр. URL: <https://itit.facebook.com/UkrainianEmployers/photos/a.389165437798395/1460020537379541/?type>.
7. Болквандзе Н. Гетьман Т. Сучасні методи мотивації ІТ-компаній. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. № 2 (22). С. 72-83.

Узька А. А., студентка 1 курсу, група УП-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», annuzka2507@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ТВОРЧОЇ АКТИВНОСТІ І ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Забезпечення діяльності підприємств є неможливим без творчої праці персоналу. Необхідність творчої праці персоналу підприємств-інноваторів полягає в тому, що їх працівникам доводиться часто або постійно пристосовуватися до змін в умовах і предметах праці, у споживчих потребах і запитах, а також їх особливостей на конкретних сегментах ринку, або ж самим розробляти, пропонувати та впроваджувати такі зміни. Для цього необхідним є проведення аналізу ринку, здійснення вибору оптимальних напрямів розвитку, відбір високоефективних і низько-витратних технологій, удосконалення, диверсифікація та розроблення нових товарів, покращення обслуговування клієнтів, розроблення реклами, збільшення персональної ефективності та креативності в роботі, виконання інших досить складних завдань, що потребують творчого підходу [1].

Для того щоб емоція, бажання могли набути яскравості, необхідно тільки, щоб предмет бажань зробився зовсім виразним для розуму, так, щоб усі його приємні, спокусливі або просто корисні вади виявились у свідомості рельєфно і яскраво. Стимулювання – це засіб, за допомогою якого здійснюється мотивація. Стимул виконує роль важеля впливу або носія «роздратування», що викликає дію певних мотивів. Стимулом можуть бути окремі предмети, дії інших людей, обіцянки, носії зобов'язань і можливостей та багато іншого, що може бути запропоновано людині як компенсація за її дії або за те, що вона бажала б одержати в результаті певних дій. Реакція на конкретні стимули у різних людей неоднакова. Тому самі по собі стимули не мають абсолютного значення, якщо на них не реагують люди. Механізм використання усіляких стимулів з метою мотивації персоналу називається процесом стимулювання. Стимулювання принципово відрізняється від мотивації. Суть цієї відмінності полягає в тому, що під час стимулюючого процесу використовуються різноманітні засоби й методи, які впливають на поведінку і ставлення працівника до своєї діяльності, активізуючи до дії позитивні його функціональні та якісні властивості [2].

Таким чином, в основі сучасного підходу до стимулювання праці лежать такі завдання керівників організації:

- максимально активізувати творчі здібності кожної особистості;
- спрямувати цю активність у русло досягнення конкретних інноваційних і економічних результатів.

Мотивація – це складний процес, ефективність якого оцінюється за результатами діяльності підприємства.

Основні завдання мотивації:

- формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці;
- навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутріфірмового спілкування;
- формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації [3].

Для вирішення цих завдань необхідний аналіз:

- процесу мотивації в організаціях;
- індивідуальної і групової мотивації;
- змін, що відбуваються в мотивації діяльності людини при переході до ринкових відносин.

Мотивація як основна функція менеджменту пов'язана з процесом спонукання себе та інших людей до діяльності шляхом формування мотивів поведінки для досягнення особистих цілей і цілей організації.

Зміст функції мотивації полягає у визначенні потреб персоналу та забезпеченні їх задоволення в організації; розробленні систем винагороди за роботу, що виконується; застосуванні різноманітних форм оплати праці; використанні стимулів ефективної взаємодії працівників у колективах і на підприємстві загалом.

За допомогою мотивації керівництво підприємства може вирішувати такі завдання:

- залучення й утримання в організації кращих спеціалістів;
- визнання діяльності працівників, які досягли значних результатів, з метою подальшого стимулювання їх творчої активності;
- демонстрація ставлення керівництва до високих результатів праці;
- популяризація результатів праці кращих працівників;
- застосування різноманітних форм визнання заслуг;
- покращення морально-психологічного стану працівників через відповідну форму визнання;
- забезпечення підвищення трудової активності колективу підприємства [3].

Як зазначають А. О. Медік та Р. М. Федоряк, стимулювання праці – це зовнішнє спонукання, елемент трудової ситуації, що впливає на поведінку людини у сфері праці, матеріальна оболонка мотивації персоналу. Одночасно воно несе в собі і нематеріальне навантаження, що дозволяє працівникові реалізувати себе як особу і працівника одночасно. Вимогами до організації стимулювання праці є комплексність, диференціація, гнучкість і оперативність. Комплексність має на увазі єдність моральних і матеріальних, колективних і індивідуальних стимулів, значення яких залежить від системи підходів до управління персоналом, досвіду і традицій підприємства. Диференціація означає індивідуальний підхід до стимулювання різних шарів і груп працівників. Гнучкість і оперативність проявляються в постійному перегляді стимулів залежно від змін, що відбуваються в суспільстві і колективі [4, с. 4].

Таким чином, у діяльності підприємства стимулювання відіграє важливу роль, оскільки воно спрямоване на мотивацію працівника до ефективної і якісної праці, його творчої активності.

Перелік посилань:

1. Мотивація творчої праці. URL: https://pidru4niki.com/73390/investuvannya/motivatsiya_tvorchoyi_pratsi.
2. Методи стимулювання творчої активності персоналу. URL: <https://library.if.ua/book/4/520.html>.
3. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5041>.
4. Медік А. О., Федоряк Р. М. Удосконалення організації та стимулювання праці на підприємстві. *Технології та дизайн*. 2014. №2 (11). С. 1-9.

Форостянко В. В., студентка 1 курсу, група УП-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», forostankovika@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація праці персоналу є ключовим засобом забезпечення мобілізації кадрового потенціалу та оптимального використання ресурсів. Основною метою процесу мотивації є отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє збільшити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства [1].

Система мотивації персоналу є однією з важливих складових як системи управління персоналом в організації, так і системи безпеки підприємницької діяльності. Правильно розроблена система мотивації дозволяє не тільки активізувати потенціал людини в напрямку досягнення мети, але і приносить задоволення працівнику в процесі праці через задоволення його потреб і забезпечує безпечні умови діяльності всього підприємства [2].

Нематеріальна мотивація спрямована на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно зі зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудовитрат. Під нематеріальною мотивацією ми розуміємо такі заохочення високо - результативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді наявних або безготівкових грошей, але можуть привести до збільшення інвестицій в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку та навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Основний ефект досягається за допомогою нематеріальної мотивації – це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії. Система нематеріальної мотивації повинна бути різною не тільки для працівників різних рівнів, а й має враховувати соціальний статус, вік, стать працівника, а також його психологічні особливості [3].

Отже, існують такі методи нематеріальної мотивації персоналу:

- постановка перед працівниками чітко сформульованих і досяжних цілей;
- систематичний аналіз успішно досягнутих працівниками цілей;
- залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації;
- створення якомога прозорішої системи оцінки і оплати їх праці;
- делегування працівникам управлінських повноважень;
- підвищення персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених задач;
- публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами;
- увага безпосереднього керівництва до думки працівників;
- створення атмосфери відкритого суперництва з регулярним підведенням підсумків змагання;
- наділення працівників владними повноваженнями при проведенні не виробничих заходів;
- залучення працівників до вирішення проблем, що вимагають нестандартного підходу;
- врахування уявлень працівників про справедливість в розподілі обов'язків і в методах винагороди [4].

Цікавим способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом. Її особливість полягає в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі.

У кожній країні запроваджено різні методи мотивації персоналу. Основними складовими мотивації праці в Японії є: система довічного найму, неформальні міжособистісні стосунки співробітників, колективізм у роботі, корпоративна філософія, трудова мораль. Усі складові елементи діють у комплексі, що посилює загальну трудову активність людини. Американська модель мотивації праці спрямована на всебічне заохочення підприємницької активності, збагачення найбільш активної частини населення. Вона базується на соціально-культурних особливостях нації – масовій орієнтації на досягнення особистого успіху кожного, а також високому рівні економічного добробуту. В основі системи мотивації праці в США лежать різні модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені різноманітними формами преміювання. На українських підприємствах переважає матеріальна мотивація працівників, оскільки нематеріальна мотивація потребує значної кількості організаційних, психологічних, суспільних заходів з боку керівництва [5].

Гончар В. В. та Обухова Н. О. зазначають, що розробивши систему мотивації, спрямовану на задоволення потреб працівників підприємства відповідно до того, що вони вважають важливим, можна створити сприятливіші умови для досягнення цілей організації. Виходячи з

того, що об'єктом стимулювання є працівники різних категорій, треба брати до уваги відмінність їх стимулювання. Наприклад, для молодих працівників важливі кар'єра, життєвий успіх. У працівників передпенсійного віку сильними мотивами підвищення продуктивності праці є визнання їх авторитету, цінності, незамінності для фірми тощо. Для людей із високим рівнем доходів моральні мотиви можуть бути значно вагомішими, ніж матеріальні. Такі працівники надають отримують задоволення від самого процесу роботи і від досягнутого результату. Скрутне фінансове становище зумовлює переважання матеріальних мотивів над моральними. Тому для керівництва уміння розрізняти потреби працівників є основою формування у них активної трудової поведінки та досягнення підприємством основної мети – максимізації прибутку [6, с. 136].

Таким чином, система мотивації характеризує сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства. В сучасних умовах управління персоналом важливу роль відіграє нематеріальна мотивація, за допомогою якої створюються гідні умови праці і формується злагоджений колектив працівників.

Перелік посилань:

1. Мотивація персоналу підприємства. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2976>.
2. Система мотивації персоналу підприємства. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/17182/1/138-141.pdf>
3. Як ефективно впровадити систему мотивації для персоналу. URL: <https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvaty-siyi-dlya-personalu>.
4. Мотивація персоналу: додайте бізнесу ефективності. URL: <https://eduhub.in.ua/news/motivaciya-personalu-dodayte-biznesu-efektivnosti>.
5. Приклади креативної нематеріальної мотивації. URL: <https://tahobaza.ru/uk/primery-kreativnoi-nematerialnoi-motivacii-nematerialnaya-motivaciya>.
6. Гончар В. В., Обухова Н. О. Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Том 3. Випуск 2(12). С. 134-140.

Хропата Н. М., студентка 1 курсу, група КІСІ-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», hropata_natasha@ukr.net

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах ринкової економіки цілеспрямоване формування позитивного іміджу підприємства є одним із засобів його конкурентоспроможності. Вміння формувати позитивний імідж сьогодні є стратегічно важливим чинником для формування економічного розвитку не тільки окремого підприємства чи установи, а й самої країни. Воно сприяє зростанню інноваційного потенціалу міст і може стати потужним інструментом для подальшого економічного зростання організацій, установ та держав.

В науковій літературі імідж визначається як знакові характеристики, в яких наявні й форма, й зміст [1]. Позитивний імідж – це важливий і необхідний складник нематеріальних активів успішних фірм і компаній, який виявляє потужний вплив на реалізацію інтересів організації у відповідних цільових аудиторія [2]. Імідж організації – це образ організації, який існує у свідомості людей. Можна навіть сказати, що в будь-якій організації існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі [3].

Для того, щоб заохотити певну частку населення до організації, потрібно викликати прихильність та захоплення, тобто створити імідж. Імідж організації визначається на підставі всебічної оцінки організації суспільством і клієнтами, та виступає як один із основних

інструментів досягнення її цілей. Імідж це своєрідне формування «обличчя» підприємства, адже він впливає на підвищення престижу фірми, полегшення введення нових товарів (послуг) на ринок, підвищення конкурентоспроможності [4]. Створення позитивного іміджу безпосередньо впливає на діловий успіх організації, оскільки формує атмосферу довіри до неї.

Пристаючи до створення позитивного іміджу, важливо знати особливості діяльності фірми (чим вона займається, що пропонує) та чим товари даної фірми відрізняються від товарів конкурентів.

Особливу роль відіграє технологія формування позитивного іміджу, яка включає в себе три групи:

1. вміння подавати імідж (вміти переконувати, заохочувати, надати більшого авторитету);
2. створення яскравого образу (бренду), який впізнаватимуть навіть за межами кордону (привернути увагу, стати впізнаним);
3. формування позитивного ставлення (викликати симпатію, інтерес, заохотити публіку).

Головними ланками іміджу фірми є: відповідальність, швидкість, результативність. Образ організації формується під впливом різноманітних факторів. Позитивний імідж сприяє зростанню довіри до організації, а негативний імідж навпаки проявляється у недовірі до самої компанії та її продукції.

Формування іміджу відбувається в декілька етапів [5, с. 179]:

1 етап - моніторинг, дослідження (аналізується фірма, товари та клієнтська база). Проводиться оцінка образу організації за допомогою соціальних досліджень, опитування або анкетування клієнтів, персоналу, здобувається інформація і аналізуються отримані дані;

2 етап - розробка концепції (створення ідеального образу)

3 етап - розробка стратегії (на основі даних створюється план дій по формуванню позитивного іміджу компанії). На цьому етапі відбувається розробка та впровадження системи заходів щодо позитивного формування іміджу організації. Для цього складається план щодо удосконалення позитивного іміджу організації. Цей план має включати в себе цілі, місії, задачі, конкурентні переваги, корпоративну культуру, сегменти ринку. При розробці такого плану необхідно враховувати споживачів, партнерів, акціонерів, персонал та інші зацікавлені особи. У плані мають бути розробки щодо нововведень, яку організація може запропонувати цільовій аудиторії, це може бути додаткове сервісне обслуговування або нові технології у розробці продукції. Важливо також враховувати внутрішній імідж організації, це може бути вдосконалення кадрової політики, формування корпоративної культури, мотиваційна політика. Необхідно також вдосконалити зовнішній імідж – досягти цього можливо, наприклад, беручи участь у виставках, ярмарках за допомогою яких можна прорекламувати свою продукцію, логотип, назву організації і знайти нових потенційних покупців та партнерів.

4 етап – реалізація стратегій (задумане втілюється в життя). На цьому етапі відбувається регулювання системи заходів задля створення позитивного іміджу організації. Важливо контролювати реалізацію плану та правильність його виконання. Цей етап потребує сильної команди, яка має необхідні знання та навички. З цією метою має бути створена відповідна компанія людей, яка буде нести відповідальність за виконання поставленої перед ними мети. На останньому етапі відбувається обґрунтування рішень щодо активізації дії засобів та стимулів по формування іміджу підприємства.

Після виконання четвертого етапу необхідно оцінити отриманий імідж за допомогою інструментів і засобів, які вже існують у практиці. Якщо після аналізу отриманого іміджу не було дотримано поставленої мети, то необхідно повертатися до першого етапу [5, с. 179].

Інструменти формування позитивного іміджу :

- розробка фірмового стилю (логотип, слоган);
- іміджева реклама;
- робота зі ЗМІ;
- проведення благодійності, аукціонів;
- ведення груп у соціальних мережах та інтернеті;
- клієнтська підтримка.

Позитивний імідж – змінна величина, якщо компанія вже завоювала довіру до себе, важливо не розслаблятися і продовжувати підтримувати позитивний образ, адже про вас можуть забути або перейдуть на іншу продукцію (послуги). Тому моніторинг актуальної інформації повинні проводити регулярно. Своєчасна реакція на негатив, відповідність трендам і розвиток фірми є запорукою збереження іміджу.

Таким чином, формування іміджу займає важливе місце у стратегічному управлінні та створює конкурентні переваги, які в свою чергу забезпечують успішне існування і розвиток підприємства в достроковій перспективі. Позитивний та сильний імідж підприємства та його товарів є підтвердженням того, що організація чи компанія просувається на ринку та фінансово збагачується. Також важливо правильно вибрати стратегію і методи формування іміджу, а також правильно підібрати ефективні канали просування іміджу.

Перелік посилань

1. Імідж. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Корпоративний імідж як сформований дієвий образ організації. URL: <https://vseosvita.ua/library/korporativnij-imidz-ak-sformovaniy-dievij-cilisnij-obraz-organizacii-188454.html>.
3. Менеджмент. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13736>.
4. Управління трудовим потенціалом. URL: <https://buklib.net/books/31175>.
5. Семенчук Т. Б., Гера О. Г. Сучасна модель формування іміджу організації. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Випуск 7. Частина 3. С. 178-181. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_07/156.pdf.

Шевченко К. В., студентка 1 курсу, група ПМ-212

Національний університет «Чернігівська політехніка», shevchenkokateryna122@gmail.com

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У РОЗКРИТТІ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЛЮДИНИ

Корпоративна культура – це система цінностей, принципів та звичок компанії, які впливають на її внутрішню та зовнішню політику. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що філософія корпоративних культур дедалі частіше використовується при описі успіху потужних та конкурентоспроможних світових компаній. Це поняття використовується як в економіко-управлінській сфері серед керуючих підприємствами, так і в психології бізнесу серед коучів. Завдяки корпоративній культурі досягається неперевершена активна робота колективу і компанії.

Що ж собою являє корпоративна культура? По-перше, винесення на передній план не тактичної ефективності (чіткого дотримання стратегії), а адаптивної (вміння пристосовуватися до будь-яких змін, якщо вони навіть не заплановані). До речі, вміння адаптуватися є одним з головних чинників для бізнесу, тому що побудова підприємства та його ведення часто зустрічаються з неочікуваними змінами ринку, внутрішніми корпоративними проблемами тощо. «Організації з високим рівнем адаптації створені перемагати» [1, с. 128]. По-друге, перевага прямої мотивації (гра, ціль, реалізація потенціалу) колективу, а не непрямой (емоціональна напруга, економічний тиск та інерція). На мою думку, це найбільш важливий чинник у формуванні корпоративної культури.

Творчий потенціал людини розглядається в єдності духовної, інтелектуальної та трудової сторін і може бути реалізований при формуванні корпоративної культури компанії. Сучасний американський психолог Говард Гарднер визначив творчу індивідуальність як особистість, яка систематично розв'язує проблеми, моделює продукти, або ставить нові питання щодо певної сфери дійсності таким чином, що у певному культурному середовищі їх вважають новими, але врешті решт визнають та приймають [2]. З точки зору корпоративної культури працівник в творчому процесі активізує реалізацію своїх здібностей і створює новітні продукти або продукує новітні ідеї.

Велика кількість керуючих вбивають креативність у працівниках, навіть не замислюючись над цим. У гонитві за продуктивністю, ефективністю та якістю, вони руйнують творчість. Можна подумати, що перші чинники набагато корисніші для підприємства, однак не слід забувати про елементи гри у бізнесі, завдяки яким він ефективно працює. Творчість – це і є елемент гри та чинник реалізації потенціалу.

Наприклад, експеримент Терези Амабайл є підтвердженням вищевказаного. Для свого експерименту вона запросила групу бостонських поетів, кожен із них був професіоналом. Головна мета експерименту: чи вплине зміна мотивації на їх творчий підхід. Тереза попросила учасників написати вірш про сніг та хутро в стилі японських хайку. Після написаного вірша поетів попросили сформулювати причини створення саме такого вірша, розставивши їх по значимості у відповідності з запропонованими критеріями. Деяким учасникам запропонували відповіді з прямих мотивів (ви любляете гру слів, насолоджуєтесь можливістю самовираження), а деяким з непрямих (вас змусили до написання, збірка віршів приносила деяким авторам фінансове благополуччя, яке можете отримати і ви). Після того як учасники здали свої відповіді, журі професійних поетів, не знавши суті експерименту, оцінили вірші за креативністю. Як висновок, перша група поетів з прямими мотивами отримала на 26% вищий бал, аніж друга. Це свідчить про високий взаємозв'язок мотивації з ефективністю.

В цілому корпоративна культура повинна в себе включати:

1. Структуру самої компанії та її способи комунікацій (тактична, адаптивна ефективність);
2. Структуру мотивацій колективу (пряма, непряма);
3. Стиль спілкування (формальний, неформальний);
4. Системність та регулярність менеджменту;
5. Винагороди та заохочення;
6. Власні міфи, легенди;
7. Регламентуючі документи;
8. Наявність корпоративних заходів тощо.

На даний момент існує декілька десятків компаній з гарною корпоративною культурою. Наприклад, Southwest Airlines, Zappos, Medallia, Starbucks, Google, Twitter та інші. Гарний приклад адаптивної ефективності показує компанія Medallia, яка займається розробкою системних забезпечень для організацій, щоб виміряти та підвищити задоволеність своїх клієнтів товарами та послугами. Її було створено у 2001 році і головною метою керуючі обрали створення потужної корпоративної культури. Для цього наймали на роботу людей в першу чергу здатних до адаптації та сприйняття їх культури. Цікавим є набір новачків у компанію: вони отримують лист з мотивуючою промовою від керуючих Medallia та два подарунки (фітнес браслет для здоров'я, та електронна книга для розвитку); у новачків питають, як зробити компанію ще більш приємною для роботи таким чином показуючи, що корпоративна культура тепер і їх відповідальність, потім новачок розповідає про свої слабкі місця колегам, а ті в свою чергу намагаються його підтримати та дати слушну пораду; а закінчується ритуал прийняття на роботу читанням абзацу, в якому йдеться чому саме цього спеціаліста вирішили прийняти на роботу. Medallia використовує чіткі інструменти просування по кар'єрним сходам (наявність тактичних навичок, дотримання культури та лідерські якості), зберігає баланс між тактичною та адаптивною ефективністю та інше. У 2014 році компанія розширила свій персонал до 600 людей. Це вагома цифра для Кремнієвої долини, де корпорації конкурують за здібних молодих людей. Цікавим фактом є те, що співробітники називають себе Medallians, тобто асоціюють себе з компанією, а це є гарним прикладом корпоративної культури [1, с. 183].

На мій погляд, приклад корпоративної культури Medallia дає можливість познайомити нову людину з колективом, робочим місцем, культурою компанії, а найголовніше – приділяє увагу її значимості, вказує на те, що вона вже є членом колективу.

Корпоративна культура в компаніях найбільш розвинена у Японії, США та деяких країнах Європи. В Україні переважна кількість власників бізнесу більш націлена не на створення довготривалої ефективної корпоративної культури, а ставить мету, як найшвидше заробити гроші [3].

Отже, корпоративна культура – це базова потреба компанії для подальшого розвитку, а не стагнації. Вона сприяє розвитку творчого потенціалу людини, підвищенню рівня продуктивності праці та задоволення працівника роботою.

Перелік посилань

1. Дош Н., Макгрегор Л. Заряджені на результат. Електронна книга: 2017. 520 с.
2. Властивості творчої особистості. URL: https://pidru4niki.com/79975/psihologiya/tvorcha_osobistist.
3. Корпоративная культура компании: элементы, уровни и роль корпоративной культуры. URL: <https://games4business.ru/articles/korporativnaya-kultura-kompanii>

Шкалаберда В. М., студент 3 курсу, група УП-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», vladshkalaberda@ukr.net

Науковий керівник: Мекшун Л. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», Ludmila.mek1966@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК СПІЛКУВАННЯ ТА ПЕРЕКОНАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Традиційна модель управління фокусує увагу менеджера майже виключно на економічних цілях. Нова сучасна модель, що відображає зростаючу інтеграцію економічних та соціальних процесів ставить перед менеджером також соціальні завдання – працевлаштування та гуманізацію умов праці, розширення участі в управлінні.

Одним із найважливіших факторів формування особистості є спілкування. Ідеї того, що спілкування грає значну роль у формуванні особистості, отримали свій подальший розвиток у роботах вітчизняних психологів: Ананьєва В. Г., Бодалева А. А., Виготського Л. С., Леонтьєва А. Н., Ломова Б. Ф., Лурія А. Р., Мясичева В. М., Петровського А. В. та ін.

Однією з умов роботи сучасного менеджера є постійна взаємодія з іншими людьми. А саме спілкування – його головний інструмент. Тому серед інших загальних навичок менеджера великий інтерес мають комунікативні навички [1].

Комунікативні навички менеджера формуються з урахуванням комунікабельності, яка закладається в поведінку і стає передумовою для розвитку таких рис особистості, як комунікативна спрямованість, інтерес до людей, рефлексія, емпатія. Менеджери з високим рівнем комунікативних навичок відчують потребу в управлінні та активно до нього прагнуть, швидко орієнтуються у складних ситуаціях, згуртовують нову команду, активно, у складних випадках чи складних ситуаціях приймають самостійні рішення, відстоюють свою думку, а також прагнуть до того, щоб їхня думка була сприйнята колегами [1].

Комунікація – це обмін інформацією, в ході якого менеджер отримує інформацію, необхідну для прийняття рішень, і доводить рішення до співробітників організації. Неefективне спілкування є однією з основних причин проблем в організації. За статистикою 50-90% часу менеджера йде на спілкування.

Комунікації поділяються на такі групи:

- пізнавальні – основна мета: передача змісту або інформації;
- експресивні - спілкування для передачі почуттів, оцінок, поглядів;
- переконувальні - вплив на оточуючих, заклик до зміни у ставленні до чогось, прохання щось зробити;
- невербальні – вплив через міміку, очі, рот, пози, жести [2].

Вміння ефективно спілкуватися та переконувати співрозмовника є дуже корисними навичками, особливо для менеджера з управління персоналом, адже він постійно контактує з іншими людьми. Для того, щоб мати перевагу при спілкуванні та мати можливість переконати співрозмовника необхідно дотримуватися таких правил:

- зосередження уваги на власному психічному стані та стані співрозмовника;
- безоцінкове спілкування з партнером, акцент на довіру до його намірів;
- ставлення до співрозмовника як до рівного, який має право на власну думку і рішення;

- включення проблем і невирішених питань у зміст спілкування;
- персоніфікація спілкування, тобто ведення розмови від власного імені, представлення своїх справжніх почуттів і бажань [3].

Розвинені комунікативні навички визначають, головним чином, здатність менеджера встановлювати та підтримувати контакт у спілкуванні, передбачаючи поведінку та дії людей. Тут важливу роль відіграє правильне розуміння особистісних рис і реального стану партнерів та взаємин між людьми.

Вміння розбиратися в людях є значною перевагою при спілкуванні з іншими людьми, яка дозволяє знайти індивідуальний підхід до кожної особистості, і тоді, відштовхуючись від отриманої інформації про людину, побудувати відповідну стратегію для її переконання [4].

Для того, щоб розбиратися в людях потрібно постійно розвивати та удосконалювати власні характеристики. Виділяють такі основні характеристики, на які варто зробити акцент:

- досвід. Щоб добре розуміти людей, перш за все потрібна зрілість. необхідно враховувати не тільки вік людини, а й багатий досвід взаємодії з людьми.
- схожість. Спроба зробити висновок про людей за своєю природою, щоб зрозуміти один одного.
- інтелект. Експериментально доведено, що існує певний зв'язок між високим інтелектом та здатністю робити висновки про інших людей.
- глибоке розуміння себе. Сліпота та помилки у розумінні власної природи автоматично переносяться на наші судження про інших.
- складність. Як правило, люди не можуть глибоко зрозуміти тих, хто складніший і тонший за них самих.
- соціальний інтелект. Здатність робити швидкі, майже автоматичні судження про людей [5].

Мистецтво переконання тісно пов'язане із комунікабельністю менеджера. На думку Джея А. Когнера, воно базується на компетентності і довірі [6]. Використовуючи мистецтво переконання, менеджер повинен сформулювати і описати проблему, розглянути її в різних аспектах та запропонувати шляхи вирішення. Важливим моментом переконання є повторення інформації, пояснення причин виникнення, послідовність її донесення та реакція на інформацію з боку соціуму.

Отже, вміння спілкуватися з людьми можна вважати скоріше мистецтвом, аніж технологією. Це означає, що кожен може і повинен знайти свій власний стиль спілкування, який підходить як його особистості, так і людям, що його оточують. Метою розвитку комунікативних навичок має бути не поліпшення здатності маніпулювати іншими, а розвиток здатності самотійно або разом із партнерами створювати такі умови та атмосферу взаємин, які сприяли б психологічному зростанню людини, розкриваючи її конструктивні здібності та потенціал.

Перелік посилань

1. Тарнавський М. Т. Невербальні засоби ділового спілкування та управління персоналом. *Економіка харчової промисловості*. 2015. № 2. С. 61-64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2015_2_11.
2. Журавльова О. В. Психологія управління персоналом та кадрового менеджменту. Силабус дисципліни. 2020. 10 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18783/1/psyhol_upr_pers_km_syl20ready.pdf
3. Шушпанов П. Г. Психологічні аспекти ділового спілкування в контексті забезпечення ефективної діяльності персоналу. 2010. С. 471-475. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/3043/Shushpanov.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
4. Формування комунікативних вмінь менеджера. URL: <https://works.doklad.ru/view/gy-1g88fIoU/all.html>.
5. 10 простих правил на кожен день. Як навчитися розбиратися в людях. URL: <https://zaselom.com/10-prostih-pravil-na-kozhen-den-yak-navchitisya-rozbiratisya-v-lyudyah>.
6. Когнер Д.А. Мистецтво переконання. К.: Книголав, 2017. 88 с.

Гладка В. С., учениця 9 класу

Козелецька гімназія № 1 Козелецької селищної ради, gladkaveronika1@gmail.com

**Науковий керівник: Сорока В. В., вчитель математики,
спеціаліст вищої категорії, учитель-методист»**

Козелецька гімназія № 1 Козелецької селищної ради, valentinasoroka4@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

У зв'язку з карантинними заходами щоденно зростає кількість безробітного населення в Україні. Безробіття є характерним не лише для України, але й для всього світу.

Об'єктом роботи є дослідження безробіття в Україні, що спричинене карантинними заходами у зв'язку з поширенням Covid19.

Предметом дослідження є ринок праці нашої держави, незайнятість населення у зв'язку з поширенням Covid19.

Мета роботи - вивчення проблеми безробіття в Україні, спричиненого пандемією Covid19.

В Україні зафіксовано найвищий рівень безробіття за чотири роки: за перший квартал 2021-го він становив 10,5%. За даними Держстату, кількість безробітних віком 15-70 років склала мільйон українців. Водночас кількість зайнятих – 15,4 мільйон осіб (55%).

З початку дії карантину статус безробітного отримали 444,4 тисяч українців, загалом станом на 31 серпня кількість безробітних становила 477,7 тисяч громадян - це на 73 % більше, ніж станом на цю ж дату минулого року.

Специфіки додають також трудові мігранти. За різними даними, через карантин в Україну повернулися 160-270 тисяч громадян, частина з яких втратили можливість заробітку за кордоном.

Щоб більше українських трудових мігрантів лишилося в країні та працювало на території нашої держави потрібно збільшити мінімальну заробітну плату вдвічі. Це можливо зробити за рахунок зменшення соціальних виплат. Крім того, потрібно збільшити кількість робочих місць. Тому потрібно прийняти вдалі політичні рішення щодо малого та середнього бізнесу. Для заохочення розвитку даних підприємств необхідно зменшити відсоток за кредитом та податки.

Така політика мінімізує збитки для даної категорії бізнесу, завдані примусовим закриттям підприємств, допоможе зберегти частину робочих місць. Кабінет міністрів України уже зробив деякі кроки для вирішення даної проблеми. Так, 15 квітня 2020 року була ухвалена постанова «Про внесення змін до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам мікро підприємництва та малого підприємництва» [4]. Таким чином, держава надає кредити для модернізації обладнання та виплати 60% заробітної плати працівникам на період карантину.

На основі проаналізованої інформації, можемо запропонувати такі шляхи зменшення рівня безробіття в країні після карантину:

1. Для безробітних зменшити соціальні трансферти з метою стимулювання до пошуку роботи, запропонувати безкоштовні курси перекваліфікації або ж зменшити відсоток за кредитом, це дасть можливість відкрити власну справу.

2. Малим та середнім підприємствам потрібно провести підвищення кваліфікації штабу, частково скоротити кількість працівників, використати запропоновані державою шляхи подолання кризи.

3. Для великого бізнесу доцільним буде розширення штабу за рахунок молодих спеціалістів, модернізація обладнання, розширення асортименту товарів та послуг.

4. На державному рівні необхідно стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу, надавати пільгові кредити, адже саме вони забезпечують населення великою кількістю робочих місць; забезпечувати підвищення кваліфікації працівників за кордоном; збільшувати заробітну плату, щоб більше трудових мігрантів шукало роботу саме в Україні або ж створювало власні підприємства; продовжувати свою монетарну політику, тому що за умов інфляції національної валюти потрібно замінити більше паперових грошей, які мають відносно не великий термін використання, на більш міцні та довговічні металеві монети; зменшити обсяги імпорту тих товарів, які виробляються в країні.

5. Для органів місцевого самоврядування важливо стимулювати населення брати участь у ярмарках вакансій, забезпечувати, за можливістю, працевлаштування людей працездатного віку на локальних підприємствах.

Перелік посилань

1. Марченко І. С. Довготривале безробіття в Україні / І. С. Марченко // Демографія та соціальна економіка, 2013. – Вип.2 (20). – С. 224-231.

2. Тарасова К. І. Статистичне дослідження проблем безробіття в Україні в регіональному розрізі/ К. І. Тарасова // Економіка та суспільство, - 2018. – Вип. 14. – С. 745-752.

3. Про внесення змін до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам мікро підприємництва та малого підприємництва: Постанова Кабінету Міністрів України від 15 квітня 2020 р. № 283. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283-2020п>

4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/ean/ean_u/arh_osp_rik_u.htm.

5. ТОВ "Мінфін Медіа" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2020/04/09/42805517>.

6. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/2752271-ponad-3-mln-ukrainciv-pracue-za-kordonom-na-postijnijosnovi-minsocpolitiki.html>.

Підсекція 2: Мікроекономіка та макроекономіка

Кораблінова І. А., канд. екон. наук, доцент

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, korablinova.irin@gmail.com

Денисенко А. С., магістрант

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку,
artden966@gmail.com

РОЛЬ ДАНИХ У СТРАТЕГІЯХ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИХ КОМПАНІЙ

На сьогодні у діловому середовищі дані розглядають як актив цифрової економіки. Своєю чергою, різноманітні системи управління базами даних, рішення для їх аналізу, центри обробки і т. ін., створюють у наш час матеріальну основу для її подальшого розвитку.

Аналітика та обробка великих даних є найбільш динамічним сектором у структурі глобального ІТ-ринку. Він активно розвивається навіть в умовах пандемії, яка охопила світ в останні декілька років.

Всі провідні міжнародні компанії, які є інноваційно-активними, інвестують у розвиток систем управління базами даних: наприклад, Apple у 2017 році поглинула компанію «Silicon Valley Data Science», яка спеціалізувалася на таких напрямках як Data Strategy, Data Science, Data Engineering и Data Platforms, Microsoft у 2019 році збільшила активи та розширила спектр своєї діяльності за рахунок купівлі низки компаній, які займаються управлінням баз даних («Avere Systems», «Citus Data», «DataSense» та ін.), Alphabet у 2020 році придбала компанію «Dataform», яка займалась аналітикою та обробкою великих даних.

По мірі цифрової трансформації бізнесу, а також розвитку нових компаній, діяльність яких базується виключно на цифрових платформах, роль даних ще більше зростає не тільки в ІТ сфері, а й в усіх секторах економіки. Наприклад, Amazon є світовим лідером у ритейлі, але, по суті, це інформаційна компанія, в якій збирається величезна маса даних про клієнтів з усього світу [1]. На основі зібраних даних виконуються дослідження поведінки клієнтів, створюються їх портрети, виявляються смаки, цінності та пріоритети.

Оскільки в економіці кожна сфера діяльності має свої особливості, а також специфічний характер взаємодії з клієнтами, то шлях збору та використання даних є достатньо різноманітним. Про це свідчить поява різних стартапів, які працюють з великими даними у конкретних галузях знань (кібербезпека, фінанси, енергетика, здоров'я, маркетинг, сільське господарство, управління персоналом, рекрутинг і т. ін.).

Незважаючи на те, що сьогодні такі компанії як Alphabet, Amazon, Apple, Microsoft, Facebook та ін., продовжують базувати свої стратегії розвитку на основі управління даними, вони все менше використовують термін Big Data (великі дані) у своїх звітах, а все більше вказують на свою роботу у галузі AI (штучного інтелекту). У зв'язку із цим на профільних інформаційних порталах можна навіть зустріти думку, що епоха великих даних завершилася, і розпочалася епоха штучного інтелекту. У якості аргументів наводять результати дослідження звітів публічних компаній, зокрема проведеного експертами CB Insights (рис. 1) [2]. Проте, на наш погляд, така інтерпретація цього реального факту є не зовсім коректною – ці два технологічні тренди не замінюють один одного, а доповнюють. При цьому роль даних у бізнесі ще більше зростає.

Як показує практика, провідні сучасні компанії інтегрують можливості, які вони отримують від застосування Big Data та AI. Вони продовжують вибудовувати свої стратегії розвитку навколо даних, зокрема вони активно збирають дані та виявляють закономірності у поведінці покупців, але управління даними на сьогодні вже відбувається за допомогою технологій штучного інтелекту.

За напрямом AI у провідних ІТ-компаніях активізовані науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), про що свідчить їх патентна активність та обсяги R&D-витрат. Крім того, збільшення інтересу компаній у галузі штучного інтелекту підтверджується й

купівлею стартапів, які займаються відповідними розробками. Своєю чергою, компанії, які використовують технології AI, витратили вже понад 50 млн дол., а за прогнозами IDC, їх витрати до 2024 року збільшаться вдвічі [3]. По мірі розповсюдження концепції штучного інтелекту компанії все більше спеціалізуються на конкретних застосунках та методах, наприклад, вони часто цікавляться технологіями машинного навчання, глибокого навчання та ін.

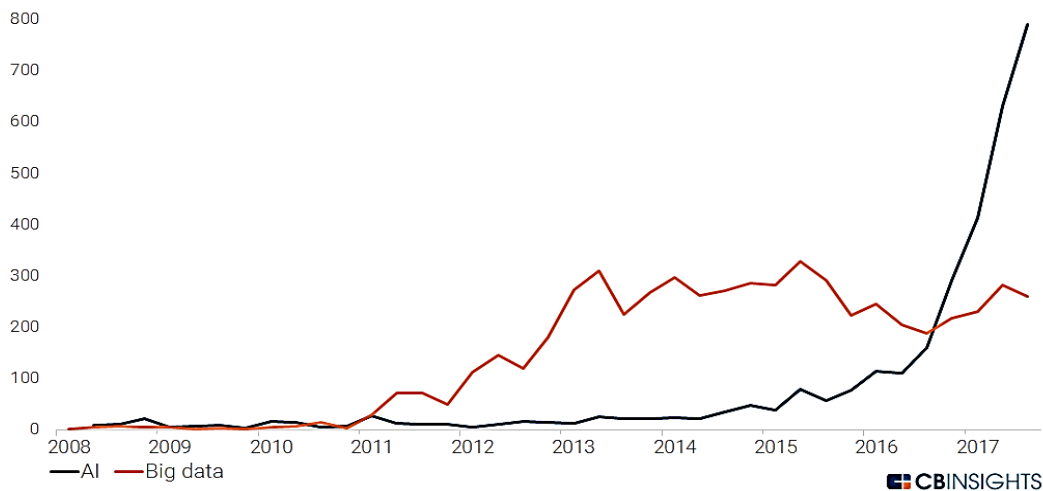


Рис. 1. Кількість згадувань термінів Big Data та AI у звітах 6500 публічних компаній за 10 років [2]

Згідно Forbes, поєднання Big Data та AI допоможе компаніям автоматизувати майже 80% всієї фізичної роботи, 70% – роботи з обробки даних та 64 % – задач із збору даних [4]. Розвиток зазначених трендів обумовлює звернення особливої уваги до набуття нового значення даних та управління ними у стратегіях розвитку сучасних компаній. Водночас нові обставини потребують й активізації підготовки фахівців з бізнес-аналітики та менеджменту даних у різних секторах економіки.

Перелік посилань:

1. Келион Л. Почему Amazon так много знает о нас [Електронний ресурс] / Л. Келион. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/russian/extra/cxiEhAmsRA/amazon-data>.
2. The end of big data [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cbinsights.com/research/the-end-of-big-data/>.
3. Worldwide Spending on Artificial Intelligence Is Expected to Double in Four Years, Reaching \$110 Billion in 2024, According to New IDC Spending Guide [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS46794720>.
4. Big Data and Artificial Intelligence: How They Work Together [Electronic resource]. – Mode of access: <https://online.maryville.edu/blog/big-data-is-too-big-without-ai/>.

**Кофанов О. Є., канд. екон. наук, канд. техн. наук,
Кофанова О. В., д-р пед. наук, канд. хім. наук, професор,
Пушкін В. П., завідувач лабораторіями**

Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського", alexina555@gmail.com

СТИМУЛЮВАННЯ І МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОМИСЛОВІСТІ

Світовий досвід свідчить, що для стійкого й збалансованого розвитку економіки будь-якої країни необхідним є широке впровадження інновацій у всі галузі економіки і особливо – у промисловий комплекс. Це забезпечує оновлення науково-технічної і технологічної бази

виробництва, випуск конкурентоспроможних видів продукції, вихід на світові ринки тощо. За даними [1], 85–90 % приросту ВВП розвинутих країн забезпечується саме шляхом виробництва й експорту наукоємних товарів і послуг, тоді як в Україні ця частка складає всього 1–1,5 %. Отже, можна дійти висновку, що останніми роками промисловий комплекс України характеризується незначними темпами інноваційного науково-технічного розвитку. Зважаючи на стратегічне значення промислового сектору економіки, питання його інноваційного науково-технічного розвитку, формування механізмів трансформації науко-технічних досягнень у конкурентоспроможний наукоємний продукт постають надзвичайно гостро.

Ринкові перетворення вплинули на всі галузі промисловості; отже, вони вимагають концептуальних змін у науково-технічному забезпеченні промислового сектору, доведення наукових розробок до споживача, забезпечення відповідності експериментальної бази і новітньої, наукоємної продукції потребам ринкової економіки та інноваційної моделі економічного зростання країни.

Питанням інноваційного розвитку промислового комплексу, створення і трансферу інновацій у виробництво присвячено роботи таких вчених, як Ю. М. Бажал з колегами, М. В. Зубець та С. О. Тивончук, Р. В. Морозов та О. І. Чекамова з колегами [2–4] тощо. Незважаючи на значний доробок вітчизняних і зарубіжних учених, питання стимулювання інноваційного розвитку промисловості, а також забезпечення ефективних маркетингових засад ще залишаються недостатньо розкритими. Крім того, відкритими залишаються і питання взаємодії наукової та виробничої сфер діяльності в процесі конкурентоспроможної реалізації інноваційного продукту.

Зокрема, маркетинг інновацій – комплексне дослідження комерційних, соціальних та інших питань, пов'язаних зі створенням, реалізацією інноваційних проєктів, впровадженням новітнього продукту, нових послуг тощо для забезпечення їх пристосування до вимог і запитів середовища [5-89, с. 121]. Важливим є й визначення таких якостей новітніх товарів, технологій чи послуг, які надають змогу розширити, утримати ринки збуту, забезпечити конкурентні переваги тощо [6-56, с. 177–178]. Отже, сьогодні розробка дієвих механізмів і вдосконалення підходів до реалізації науково-інноваційної складової виробничої діяльності є актуальним завданням, яке має також і значну практичну цінність. Саме вдосконалення інноваційного, наукоємного продукту вимагатиме трансформації наукових знань у науково-технічні розробки, надасть змогу прискорити їх капіталізацію – довести до стадії потенційної реалізації на ринку, створити новітні бізнес-проєкти тощо.

Розглянемо ті чинники, які все ще стримують науково-інноваційний розвиток вітчизняної промисловості, не зважаючи на прийняття низки законів України для стимулювання інноваційної діяльності і підтримки інноваційного підприємництва – "Про наукову і науково-технічну діяльність", "Про інноваційну діяльність", "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва" та інші законодавчі акти. Це, на думку [7], такі основні чинники, як:

- відсутність або недостатній рівень розвитку науково-методологічної бази формування інноваційної системи (ІС);
- нестача фінансових та інших ресурсів (рис. 1) для забезпечення якісних і конкурентоспроможних наукових досліджень, впровадження інноваційних розробок і продуктів;
- відсутність ефективної системи пріоритетів розвитку науково-технологічної сфери, стратегії державного управління інноваційною діяльністю;
- нескоординованість дій суб'єктів інноваційної діяльності та органів державного управління тощо.

Отже, в роботі [1] було враховано декілька з цих пунктів та запропоновано дієву модель науково-інноваційного процесу (рис. 1). Зокрема, основними елементами системи прийняття рішень у сфері інноваційної діяльності, на думку автора, є постановка цілей і визначення критеріїв їх досягнення.

Зокрема, "ЗАМОВЛЕННЯ" на інноваційний продукт формує "НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС" – створення наукових розробок; їх капіталізація, комерціалізація тощо, на який одночасно впливають такі складові, як:

– "УПРАВЛІННЯ" (постановка; планування; виконання; аналіз; прийняття рішень та контроль) і

– "РЕСУРСИ" – інтелектуальні; інформаційні; матеріальні; фінансові та інші.

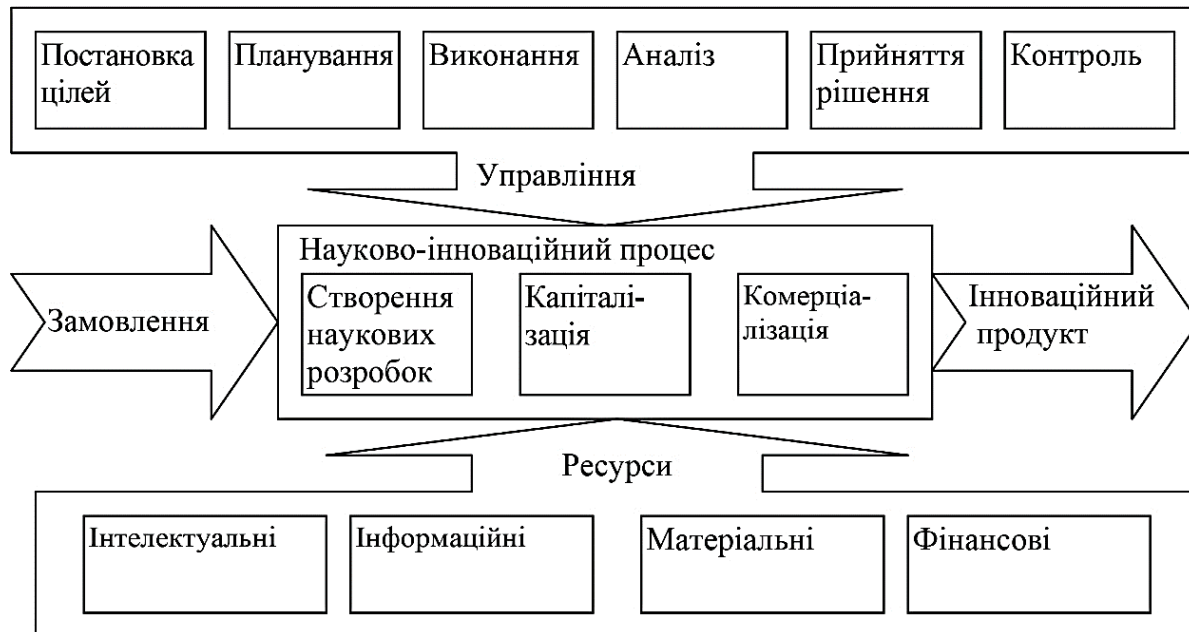


Рис. 1. Модель управління науково-інноваційним процесом [1, с. 180]

Висновок. Отже, науково-інноваційна діяльність формує всі сфери економіки і визначає добробут населення. Проте науково-технічний потенціал України все ще залишається недостатньо розвинутим, а, отже, інноваційна діяльність потребує і стимулювання, й забезпечення ефективних маркетингових заходів.

Перелік посилань

1. Третяк, Н. М. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні / Н. М. Третяк // Фінансовий простір. – 2015. – № 3 (11). – С. 112–158.
2. Сучасний стан та пріоритети розвитку системи обліку, оподаткування й аналізу виробничо-економічної діяльності суб'єктів господарювання агропромислового сектору економіки: [колективна монографія] / за заг. ред. Л. О. Мармуль. – Херсон: Айлант, 2018. – 376 с.
3. Бажал, Ю. М. Інноваційний розвиток економіки та напрями його прискорення: наукова доповідь / Бажал Ю. М., Одотюк І. В., Данько М. С. та ін. – К.: Ін-т економічного прогнозування НАНУ, 2002. – 80 с.
4. Зубець М. В. Розвиток інноваційних процесів в агропромисловому виробництві / М. В. Зубець, С. О. Тивончук. – К.: Аграрна наука, 2004. – 192 с.
5. Кучко, Е. Е. Маркетинг инноваций: особенности, функции и структура / Кучко, Е. Е. // Проблемы управления. – 2009. – № 3 (32). – С. 119–124.
6. Калиева О. М., Фролова О. В. Маркетинг инноваций как инструмент успешного бизнеса / Калиева О. М., Фролова О. В. // Вестник Оренбургского гос. ун-та, – 2012.– № 13 (149). – С. 175–179.
7. Стратегія розвитку інновацій в Україні (Вступ). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: /<https://www.slideshare.net/ukrinnovate/ss-80531956>.

Тарасюк А. В., канд. екон. наук, доцент
Херсонський національний технічний університет, tarasiuk29@gmail.com

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Непередбачуваність та динамічність змін у бізнес-середовищі зумовлюють поведінку суб'єктів господарювання щодо пошуку найбільш сприятливої позиції на ринку та можливості ефективного використання свого потенціалу з метою забезпечення ефективної діяльності та розвитку. Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідно володіти інформацією про ситуацію як у ринковому, так і у внутрішньому середовищі, при цьому дана інформація повинна бути опрацьована в такому вигляді, щоб можна було відслідкувати слабкі місця в діяльності підприємства, загрози і можливості для даного бізнесу, тобто оцінити рівень економічної безпеки підприємства.

Наразі підходи щодо оцінювання економічної безпеки підприємств широко висвітлено у наукових публікаціях та підручниках, зокрема Ортинського В. Л., Керницького І. С., Живка З. Б., Небави М. І., Міронова Ю. В., Сисоліна Н. П., Кіпчарської Я. М., Хобти В. М., Панкової М. В. Однак, не зважаючи на наявність різноманіття методів за декількома підходами, у конкретній ситуації складно підібрати той метод, який дозволить отримати достовірні результати за наявної інформації та компетентності фахівців.

Мета дослідження – на основі аналізу визначити найбільш суттєві складові економічної безпеки в сучасних умовах.

Економічну безпеку підприємства розглядають як захищеність його потенціалу від негативної дії зовнішніх і внутрішніх чинників, прямих або непрямих економічних загроз, а також здатність суб'єкта до відтворення [4]. Захищеність потенціалу можна розглядати як створення умов як зовнішніх, так і внутрішніх для розвитку можливостей, відповідно, необхідна оцінка поточного стану та можливих загроз з метою їх уникнення або зменшення негативного впливу.

За одним із підходів складові економічної безпеки поділяють на внутрішньовиробничі (фінансова безпека, кадрова безпека, технологічна безпека, правова безпека, інформаційна безпека, екологічна безпека, силова безпека) та позавиробничі (ринкова безпека, інтерфейсна безпека) [4].

Більшість внутрішніх складових економічної безпеки співпадає з назвами складових потенціалу підприємства: операційна (виробнича), фінансова, кадрова, техніко-технологічна, інтелектуальна, інноваційна, інформаційна.

Індикатором рівня операційної безпеки є ефективність використання ресурсів, стосовно підприємства реальної економіки – ефективність реалізації виробничого потенціалу. Фінансова безпека пов'язана із станом та рівнем реалізації фінансового потенціалу, техніко-технологічна безпека підприємства – це стан використання його техніко-технологічного потенціалу. Кадрова безпека залежить від рівня використання трудового потенціалу підприємства. Інноваційний потенціал можна розглядати як окрему складову, так і як підсилення всіх інших складових для формування економічної безпеки підприємства загалом. Інформаційну безпеку можливо забезпечити за умови наявності відповідного потенціалу (організаційно-технічних та інформаційних можливостей) та його розвитку [5].

За цим підходом до визначення економічної безпеки підприємства доцільно при оцінці використовувати саме ресурсно-функціональний підхід. За більшістю складових розроблена база показників [6], яка дозволяє здійснювати відповідну оцінку і поглиблювати аналіз за необхідності. Доцільність саме цього підходу пов'язана також з тим, що на підприємстві уже сформована інформаційна база для оцінки більшості показників внутрішніх складових економічної безпеки (потенціалу підприємства), фахівці розуміють процеси, що відбуваються на підприємстві.

При цьому відображати результати оцінки рекомендується графічно, зокрема у формі багатокутника. Це дозволяє поєднати як кількісні, так і якісні показники, перевіривши їх в бальну оцінку. Графічний спосіб дозволяє наочно відобразити поточний стан, визначити слабкі місця. Особливо важливим у такому дослідженні є розгляд ситуації в динаміці.

Актуальним в умовах зростання ризиків є розпізнавання передкризових ситуацій, зокрема це можливо шляхом діагностики ймовірності банкрутства підприємства, як за класичними методиками, так і адаптованими до різних умов [7].

Ураховуючи, що результативність діяльності підприємства суттєво залежить від співпраці з багатьма агентами ринку, як напряду зі споживачами, постачальниками, посередниками, так і опосередковано з контактними аудиторіями. І саме тут одним із факторів доцільності співпраці з конкретним підприємством є економічна безпека як комплексне відображення ступеня надійності підприємства як партнера у виробничих, фінансових, комерційних та інших економічних відносинах за певний проміжок часу [4].

Дослідження публікацій щодо визначення економічної безпеки підприємств підтверджує, що вченими запропоновано декілька підходів. Використання деяких методів передбачає застосування складного математичного апарату.

При оцінці економічної безпеки підприємства слід враховувати, що економічна безпека розглядається як захищеність потенціалу підприємства і як надійність для контрагентів. У першому випадку потрібно мати якнайбільше інформації, щоб охопити всі аспекти діяльності підприємства та ситуацію в бізнес-середовищі для розуміння та запобігання загрозам. У другому випадку повинна бути забезпечена можливість на основі відкритої інформації показати надійність підприємства та оцінити контрагентів щодо доцільності співпраці.

Наразі є доцільним ресурсно-функціональний підхід оцінки економічної безпеки підприємства з елементами індикаторного підходу.

Для врахування конкурентної ситуації на ринку пропонується оцінювати економічну безпеку підприємства за адаптованим графо-аналітичним методом «Квадрат потенціалу», який передбачає використання у якості векторів складові економічної безпеки підприємства. Обрані показники формуються на основі інформації, яка міститься у щорічній фінансовій звітності підприємства.

Перелік посилань

1. Сисоліна Н. П. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник. Кіровоград : КНТУ, 2014. 226 с.
2. Гичева Н. Ю. Діагностика економічної безпеки підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2004. Вип. 247. Т. IV. С. 634-636.
3. Небава М. І., Міронова Ю. В. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2017. 73 с.
4. Економічна безпека підприємства : підручник / В. Л. Ортинський та ін. Київ : Алерта, 2011. 704 с.
5. Мешкова-Кравченко Н. В. Тарасюк А. В. Потенціал підприємства як основа забезпечення економічної безпеки. *Вісник ХНТУ*. 2020. №1(72). Ч. 2. С. 112-117.
6. Шандова Н. В. Сценарний підхід до визначення напрямів розвитку підприємства. *Вісник ЖДТУ*. 2017. №1(79). С. 165-169.
7. Кіпчарська Я. М. Економічна безпека підприємства: суть, зміст, складові її забезпечення. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2013. №2(43). С. 63-72.
8. Хобта В. М. Панкова М. В. Інтегральна оцінка рівня економічної безпеки підприємства. *Інтелект XXI*. 2018. №6. С. 100-105.

**Хмелевський С. М., канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Національний університет “Чернігівська політехніка”, sergeyv3x@gmail.com**

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Відповідно до Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки поняття «цифрова економіка» (у класичному розумінні) означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові.

Базується цифрова економіка на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем [3].

Протягом 2018-2020 років розвиток цифрової економіки України полягав у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

Однак, вже сьогодні, як видно неозброєним оком, стрімкий розвиток та поширення інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій впливають на традиційну, так звану фізично-аналогову економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси.

На думку наших урядовців сектори економіки, що використовують цифрові технології, зростають швидше, дешевше та якісніше, а сфери життєдіяльності, зокрема освіта, медицина, транспорт, що модернізуються завдяки цифровим технологіям, стають набагато ефективніші та створюють нову цінність та якість. [3]

Проте на практиці нерідко буває не все так гладко як на папері. Тож...

До обрання нашою країною курсу на цифрову економіку механізм управління бізнесом (далі – МУБ) був складною категорією у менеджменті, що включала:

- цілі управління бізнесом (ЦУБ);
- критерії управління бізнесом (КУБ) – кількісний аналог цілей;
- фактори управління бізнесом (ФУБ) – елементи об'єкта управління бізнесом та їх зв'язки, на які чиниться вплив в інтересах досягнення цілей бізнесу;
- методи впливу на ці фактори управління (МВБ);
- ресурси управління бізнесом (РУБ) – матеріальні та фінансові ресурси, соціальні та організаційні потенціали, за використання яких реалізується обраний метод управління та забезпечується досягнення поставленої мети у бізнесі.

Для конкретного об'єкта управління (ОУБ) МУБ – функція із зазначених елементів:

$$\text{МУБ} = f(\text{ЦУБ}, \text{КУБ}, \text{ФУБ}, \text{МВБ}, \text{РУБ}) \quad (1)$$

Вихідними елементами для формування МУБ був конкретний об'єкт управління й мета перетворення стану або активності цього об'єкта. Далі все покроково виглядало так:

- перший крок – координувались вказані елементи, тобто формувалась пара категорій [ОУБ, ЦУБ];
- другий крок – цілі управління перетворювались на завдання (критерії управління) – формувалась пара [ЦУБ, КУБ];
- третій крок – визначались фактори управління, на які необхідно вплинути, щоб виконати це завдання, тобто формувалась пара [КУБ, ФУБ];
- четвертий крок – якщо необхідний набір факторів управління не міг бути сформований, то уточнювався об'єкт управління та (або) мета – формувалась нова пара [ОУБ, ЦУБ], а потім знову пари [ЦУБ, КУБ], [КУБ, ФУБ];
- п'ятий крок – відповідно до природи факторів управління, обирались методи впливу, тобто пара [ФУБ, МВБ];
- шостий крок – поєднувались необхідні управлінські ресурси (матеріальні ресурси, соціальний та організаційний потенціали) задля управлінського впливу на стан відповідних факторів управління, включаючи зміну мотивів діяльності з метою управління. На цьому кроці послідовно формувались пари [МВБ, РУБ], [ФУБ, РУБ]. Результат цих впливів призводив ОУБ у відповідність зі встановленими цілями. Якщо не міг бути мобілізований необхідний обсяг ресурсів, потрібно було або переглянути методи управління або знову повертатися до пари [ОУБ, ЦУБ]. [2]

Із запровадженням у бізнес цифрових технологій значно зростає кількість об'єктів управління, стосовно яких треба приймати управлінські рішення й чинити управлінський вплив. Тепер навіть не всіх контрагентів, яких раніше майже знав у обличчя, можеш собі навіть уявити й передбачити їх дії занадто складна справа.

Фактори управління в сучасних умовах теж ще той клопіт для бізнесу. Безмежний доступ до мережі Інтернет сприяв тому, що десь у чомусь схитрувати чи показати себе зайвий раз з кращого боку вже просто не вдасться. Зневажати на ці особливості ведення сучасного бізнесу, нажаль, не реально.

А ось методів управлінського впливу завдяки інформаційно-комунікаційним та цифровим технологіям стало в рази більше, що, безумовно, не може не радувати.

Так само і ресурси управління бізнесом зараз не вичерпуються лише матеріальними та фінансовими ресурсами, соціальними та організаційними потенціалами. Та ж сама мережа Інтернет – сама по собі безмежний ресурс для бізнесу. Зрозуміло, якщо нею правильно вміти користуватись.

Крім того, завдяки цифровізації, більш доступними стають бізнес-симулятори, які спроможні показати сучасному бізнесмену, що буде у майбутньому, якщо прийняти те чи інше управлінське рішення щодо конкретних об'єктів управління. Чільне місце серед подібних цифрових помічників для бізнесу займає, наприклад, ViAI+ – бізнес-симуляція, розроблена ТОВ "КІНТ" й спроможна створювати віртуальне економічне середовище шляхом реалістичного відтворення процесів функціонування підприємства і створення реалістичного конкурентного середовища між учасниками, які в модульованій ситуації приймають прикладні рішення і реагують на отримані результати.

Отже вплив цифрової економіки на механізми управління бізнесом очевидний і беззаперечний. Проте слід розуміти, що на сучасному етапі розвитку нашої країни цифрова економіка не замінить традиційну, як би того не хотіли вітчизняні урядовці. Формується цифрова економіка лише як підсистема традиційної економіки, що характеризується активним використанням цифрових технологій та оборотом специфічних електронних продуктів.

Перелік посилань

1. Волкова А. А., Плотников В. А., Рукинов М. В. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития // Управленческое консультирование. – 2019. – № 4. С. 38-49.

2. Механизмы управления: учебное пособие / под ред. Д. А. Новикова. – М.: УРСС (Editorial URSS), 2011. – 216 с.

3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17 січня 2018 р. № 67-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p>.

Шадура-Никипорець Н. Т., канд. екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», nikiporetc@ukr.net

НАЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАБОРУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРІСНОЇ ВОДИ В УКРАЇНІ

У сучасному VUCA-світі кліматичні зміни розглядаються як один із ключових факторів, що створюють нестабільність та невизначеність подальшого розвитку. Зовнішніми проявами таких змін є підвищення середньої температури та кількості опадів, що безпосередньо впливає на стан водних ресурсів України, котра за міжнародними оцінками відноситься до вододефіцитних країн.

Водні ресурси України являють собою сукупні запаси поверхневих, підземних і морських вод. При цьому ресурси прісних вод (поверхневих і підземних) належать до основних, що визначають рівень водозабезпечення соціально-економічного розвитку країни в цілому та окремих її регіонів [3]. За обсягами забору прісної води Україна (у 2019 р. 10596 млн. м³, що

складає 95,4 % від загального забору води) випереджає багато територіально менших країн (Угорщина, Чехія, Швеція) і при цьому відстає від економічно-розвинених (Франція, Японія, Німеччина, Іспанія) та великих за площею (США, Російська Федерація) країн (рис. 1).

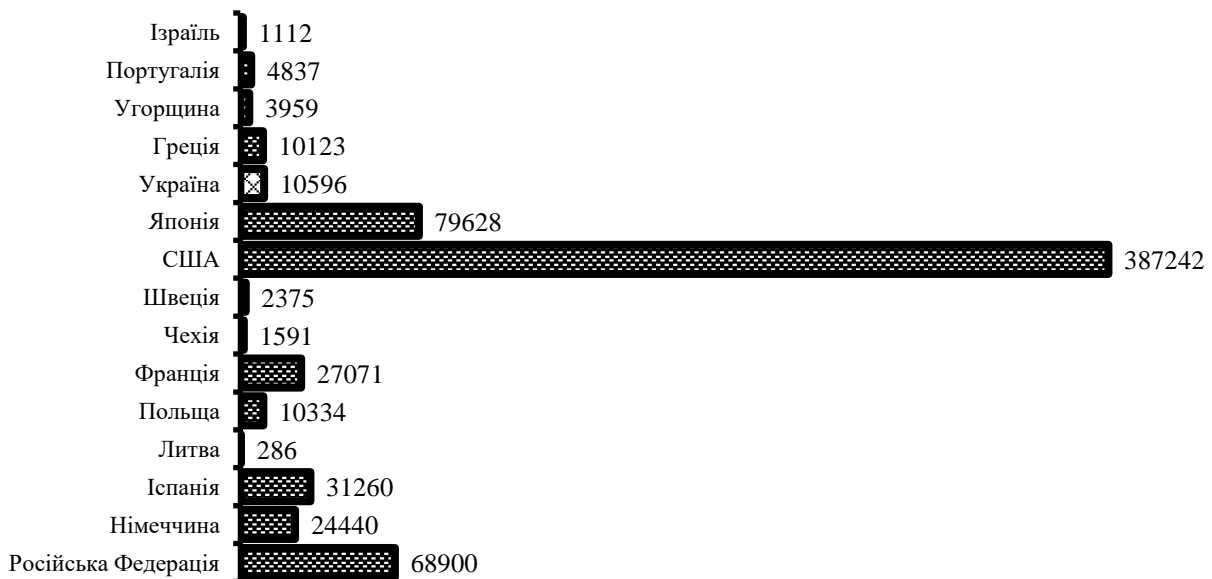


Рис. 1. Обсяг забору прісної води у 2019 р., млн. м³ [1].

Аналізуючи динаміку забору прісної води в Україні можна констатувати наявність позитивної тенденції до скорочення – за останнє десятиріччя на 24% (із 8886 млн. м³ у 2010 р. до 6761 млн. м³ у 2020 р.) (рис. 2) [4].

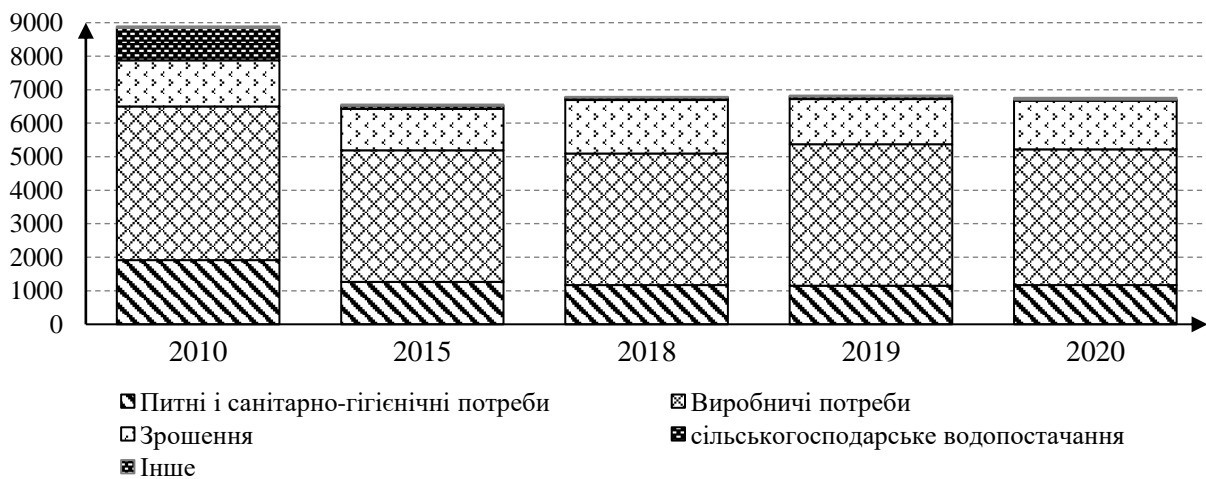


Рис. 2. Динаміка використання прісної води, млн. м³ [2; 4].

Однак аналіз за абсолютними показниками не є достатньо інформативним з позицій раціональності використання водних ресурсів. Порівнюючи характеристики споживання прісної води України та інших країн світу (рис. 3) можна відзначити, що за середньодушовими обсягами забору прісної води наша країна відноситься до «відносно економних» (253 м³ у 2019 р.), що відповідає характеристикам таких країн, як Польща (273), Німеччина (297), Швеція (243), Швейцарія (250).

Зважаючи на те, що значна частка споживання прісної води має виробниче призначення (у 2019 р. 62% використання прісної води спрямовано на виробничі потреби) інформативним є дослідження характеристик водокористування на основі водомісткості ВВП. Даний показник характеризує рівень забору прісної води країною, необхідний для виробництва її ВВП на суму

у тисячу доларів США (визначений за ПКС). Оцінка результативність використання водних ресурсів через показник водомісткості ВВП за даними 2019 р. виявляє несприятливу ситуацію – для виробництва продукції вартістю тисяча доларів Україна споживає 18,9 м³ води. Такий рівень водоспоживання значно перевищує характеристики більшості економічно та технологічно розвинених країн світу (рис. 3).

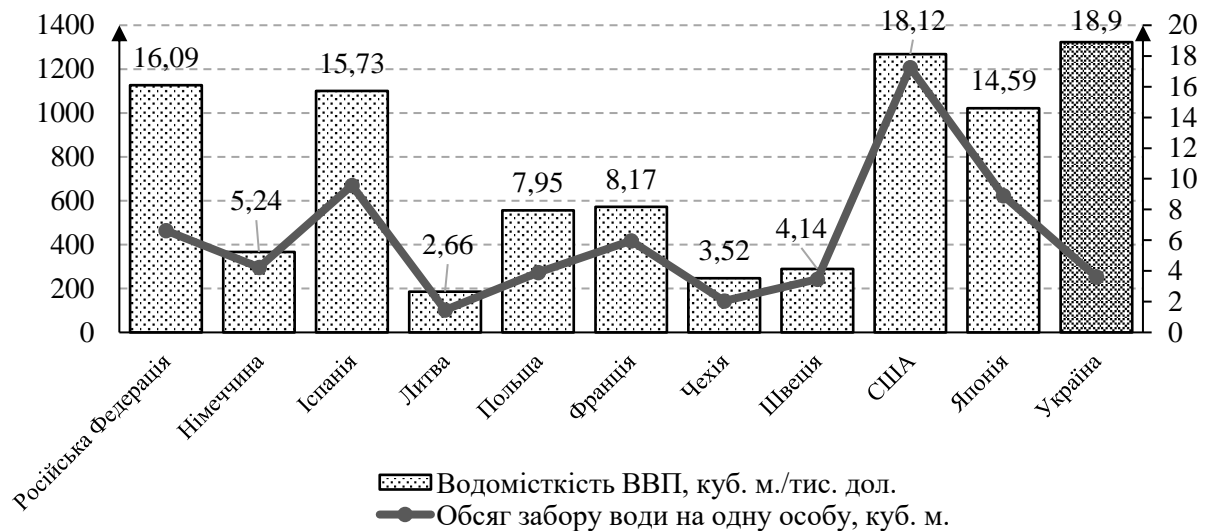


Рис. 3. Обсяг середньодушового забору прісної води та водомісткість ВВП [1; 4].

Проведений аналіз дозволяє констатувати, що загальні зусилля у сфері водоспоживання в Україні мають позитивний вектор спрямованості, однак за відсутності корінної зміни технологічної бази національного виробництва досягти цілей сталого розвитку не вдасться.

Перелік посилань

1. Беларусь и страны мира: статистический сборник. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. 369 с.
2. Державне агентство водних ресурсів України: офіційний сайт. URL: davr.gov.ua.
3. Мініна О.В., Шевченко О.С., Мороз Є.А. Забруднення довкілля як складова глобальної екологічної кризи: національний рівень. Науковий вісник Полісся. 2020. №2 (21). С. 39-51.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Солодуха М. В., викладачка-стажистка

Сумський державний університет, m.v.solodukha@gmail.com

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗВІТУ ПРО ПЛАТЕЖІ НА КОРИСТЬ ДЕРЖАВИ ВИДОБУВНИХ КОМПАНІЙ НА ОБСЯГ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

За підрахунками Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), річні втрати бюджетів країн досягають \$ 240 млрд. Це відбувається за рахунок несплати податків до бюджету. З початку 2017 року Україна приєдналася до плану BEPS (або Base Erosion and Profit Shifting) по боротьбі з розмиванням податкової бази і виведенням прибутку з-під оподаткування [3]. І виникла необхідність у складанні звіту про платежі на користь держави, адже лівову часту податкових надходжень складають саме кошти видобувної та лісової промисловості [2].

За останніми показниками прямий внесок видобувних галузей у ВВП становить 5,59% (222,37 млрд грн валової доданої вартості). Валова додана вартість видобувних галузей у ВВП показує позитивну динаміку починаючи з 2016 року (рис. 1).

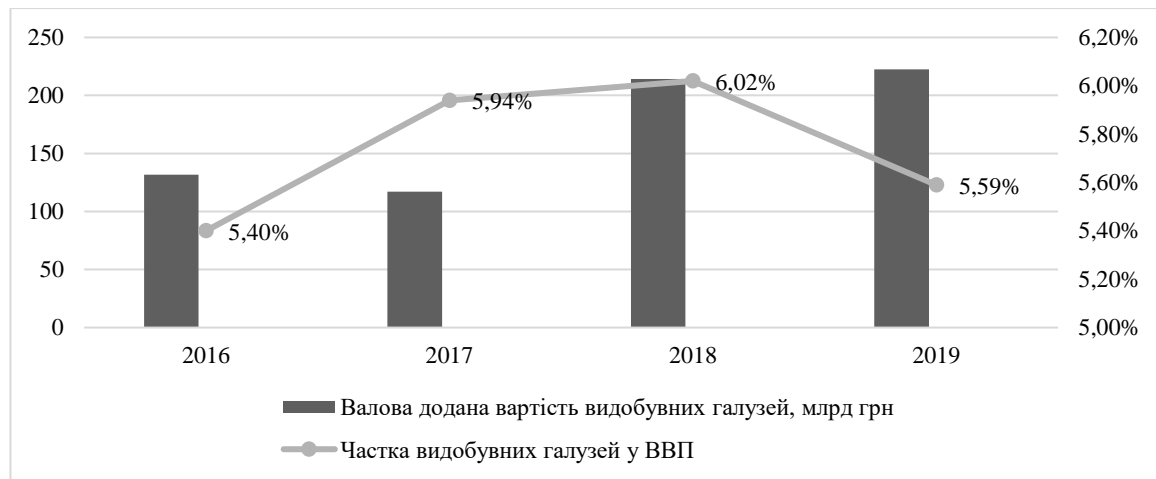


Рис. 1. Внесок видобувних галузей у ВВП України у 2016-2019 рр., млрд грн
Джерело: складено автором на основі [4, 5].

Попри те, що валова додана вартість видобувних галузей в грошовому вираженні продовжувала зростати і з 214,26 млрд грн в 2018 році збільшилась до 222,37 млрд грн в 2019 році, частка видобувних галузей у ВВП України зменшилась, у порівнянні з показником 6,01% у 2018 роком. Така динаміка пов'язана з тим, що економіка України в цілому зростала швидшими темпами, ніж видобувні галузі: ВВП України в 2019 році зріс на 11,63% порівняно з попереднім роком, а валова додана вартість видобувних галузей – лише на 3,78%.

А от обсяг надходжень на користь держави від компаній підзвітних видобувних галузей у 2019 році згідно з даними державних органів (ДПС, ДМС, Мінекономіки, Держгеонадра), становив 165 350 870,54 тис. грн (табл. 2).

Таблиця 2 – Надходження на користь держави від видобувних галузей у 2014-2019 роках, млн грн

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Податкові надходження	57977	92515	104963	145430	154780	165350

Найбільший внесок в платежі на користь держави серед видобувних галузей припадає на галузь добування нафти та природного газу – 131 378 111,59 тис. грн.

Серед лідерів компаній сплати таких податків АТ «Укргазвидобування», НАК «Нафтогаз України» та ПАТ «Укрнафта» (рис. 2).

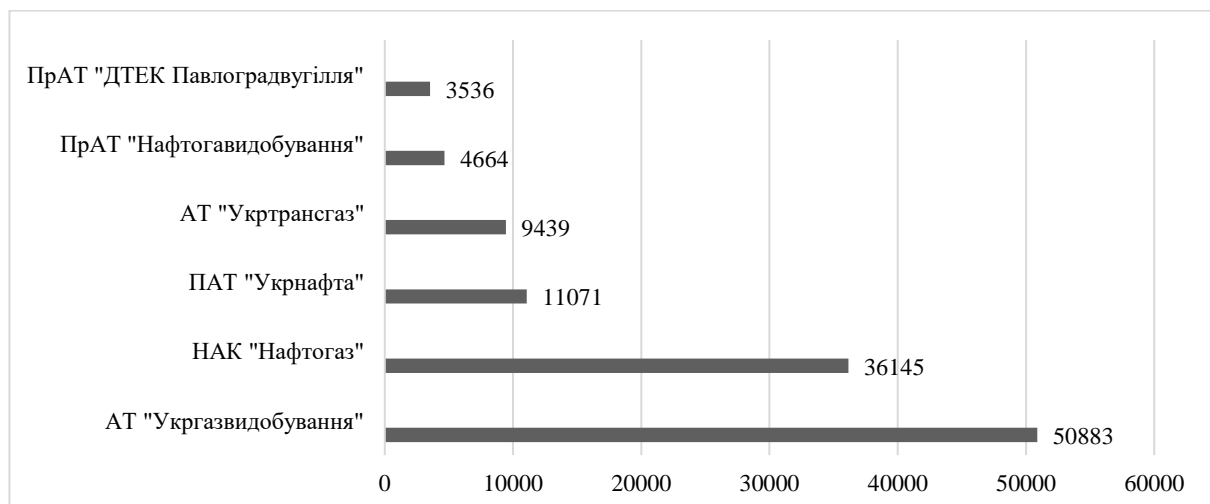


Рис. 2. Топ-7 платників усіх податків та зборів видобувної галузі у 2019 році, млн грн
Джерело: складено автором на основі [4, 5].

Дані компанії, що працюють у видобувній та суміжних галузях, забезпечили загалом 84%, або практично 119 млрд грн податкових та неподаткових надходжень до бюджетів рівнів.

Згідно з даними вказаних компаній, їх сумарні платежі на соціальні та благодійні цілі у 2019 році становили 257 829,09 тис. грн. В розрізі цільових напрямків, найбільша частка соціальних та благодійних витрат підзвітних компаній було віднесено до категорії «Підтримка місцевих громад» - 203 446,16 тис. грн, або 78,91%. Витрати у сфері «Охорона здоров'я» і «Освіта та наука» склали 13 983,68 тис. грн (5,42%) та 18 844,39 тис. грн (7,31%) відповідно [1].

Проаналізувавши дані щодо використання податкових надходжень варто зауважити, що досягнення прозорості за допомогою акумуляції податкових надходжень до місцевих бюджетів у більшій частці призведе до раціонального та справедливого розподілу коштів за інтересами усіх сторін процесу споживання та використання природних ресурсів, які згідно Конституції по праву належать народіві.

Перелік посилань

1. Ініціатива прозорості видобувних галузей України : офіційний веб-портал. URL: <http://eiti.org.ua/pro-eiti/>.

2. «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» від 05.10.2017 №2164-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19#Text>.

3. Закон України «Про забезпечення прозорості у видобувних галузях» від 14.01.2020 № 2545-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2545-19#Text>.

4. Звіт ПІВГ 2014-2019 pp URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245516209>.

5. Електронний ресурс Асоціація Енерго Транспарентність. Аналіз внеску видобувної галузі в економіку України. URL: <http://energytransparency.org/index.php/biblioteka/253-analiz-vnesku-vidobuvnoji-galuzi-v-ekonomiku-ukrajini>.

Аліксічук А. О., студентка 3 курсу, група МР-191
НУ «Чернігівська політехніка», aliksiychuk.stud@gmail.com
Науковий керівник: Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка»), tamza.cn@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

У сучасному світі не лише підприємства та організації потребують використання маркетингових інструментів для просування своїх товарів на ринку. Маркетинг широко застосовується у різних галузях, у тому числі і у сфері туризму.

Туристична сфера має широкий спектр об'єктів для просування, наприклад місто – є особливим предметом маркетингової діяльності. Проте тенденції у сфері туристичного маркетингу постійно змінюються: мінливість поведінки споживачів туристичних послуг, індивідуалізація попиту, зміна мислення, яка направлена на підтримку екології, змінюється частота та тривалість подорожей. Нажаль на даний момент в Україні маркетинг просування туризму не є достатньо ефективним. [1] Туристичні компанії та держава не надають достатньо фінансування для просування у різних регіонах України. Основна проблема – це неправильне позиціонування та брендування українських міст. Саме маркетинг – є можливістю розвитку для туризму. Для створення брендування, розпізнання потреб туристів, вивчення попиту на ринку проводяться дослідження поведінки споживачів.

Маркетингова стратегія – це основа маркетингової діяльності, для її побудови виникає необхідність у проведенні маркетингових досліджень. Під час розробки маркетингової стратегії потрібно враховувати перспективи щодо залучення потенційних кредиторів та

інвесторів. Стратегія повинна бути реальною, можливою до виконання та потенційно вигідною. Дотримуючись цих принципів, існує велика можливість зацікавити інвесторів та вирішити проблему з недостатнім фінансуванням у туристичній сфері. У майбутньому маркетингова стратегія може стати планом дій у практичній роботі. Правильний аналіз маркетингових досліджень – це один із гарантів успіху в туристичній сфері.[2]

Існує велика кількість способів проведення маркетингових досліджень, для збирання первинної інформації зазвичай використовують такі методи, як опитування, спостереження, експеримент та імітація. Але одним з найдієвіших у даній сфері є опитування. Опитування – це інтерв'ю, узятє у респондента телефоном, поштою або при особистій зустрічі. Опитування поштою є досить точним, проте має невелику кількість інформації, яку можливо одержати, низьку кількість відгуків, та не є гнучким. Телефонне опитування потребує витрачення більшої кількості часу та витрат, проте, на відміну від опитування поштою містить більшу кількість інформації, а також має хорошу гнучкість. Найефективнішим є особисте опитування, яке потребує максимальних витрат часу, проте приносить максимальну кількість інформації та відгуків. Для проведення особистого опитування щодо розробки маркетингової стратегії міста можуть залучатися працівники туристичної сфери, працівники кафедр маркетингу університетів, а також зацікавлені здобувачі вищої освіти. Спочатку створюється спеціальна анкета, яка має різні види запитань: закриті, відкриті, особисті, безособові та ін. Потім перевіряється правильність та коректність поставлених запитань. Коли анкета готова для заповнення відбувається відбір інтерв'юерів, які працюють особисто, або в групі, проводиться детальний інструктаж. Необхідно розгорнуто пояснити інтерв'юерам суть та мету даного дослідження для того, аби вони могли відповісти на будь-яке запитання туриста. Обирається період, у який проводитиметься робота, та кількість людей, яких необхідно опитати.[2] До проведення дослідження також долучаються туристичні фірми, агенції, інформаційні центри. Мета дослідження – дізнатись наскільки туристи задоволені відвідинами міста, що їм подобається найбільше, чого їм бракує. Які заклади вони будуть рекомендувати своїм друзям та родичам, а які будуть обходити десятою дорогою під час наступного візиту. Після того, як усі респонденти опитані, проводиться аналіз, на основі якого створюється стратегія для подальшого просування.

Завдяки дослідженням буде зрозуміло які мотиви мають туристи: відвідати культурно-історичні місця, побачити гарні краєвиди, побувати в музеях тощо.[3] Також які саме зміни потрібно впроваджувати для того, щоб зробити перебування у місті для гостей максимально комфортним та прибутковим. У той же час для туристів буде покращено пакет подорожі, який передбачає: перевезення, послуги гідів-перекладачів, відвідування історико-культурних заповідників, харчування, проживання туристів у готелях, костелах, страхування та ін. Звичайно враження на туристів також справляють особи та чинники, що не відносяться до пакета послуг (місцеві жителі, члени туристичної групи, спонтанні політичні обставини). Але задоволеність відвідинами міста у більшій мірі залежить саме від процесів, які можна проконтролювати.

Перелік посилань

1. Данько Н.І., Курінна С.С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. Вісник харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, С. 102-108. URL : <https://eu.docworkspace.com/d/sIHvJms03-cLTjQY>.
2. Мзалізоов Ю.Б., Свідрук І.І., Топорницька М.Я. Стратегічне маркетингове планування в туризмі. Науковий вісник НЛТУ України, 2020, т. 30, № 1. С. 94-98. <https://doi.org/10.36930/40300116>.

Бабенко В. О., здобувач вищої освіти 2-го курсу, гр. МЕДп-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», pikcardiumchord@gmail.com

Науковий керівник: Шадуро-Никипорець Н. Т., канд. екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», nikiporetc@ukr.net

ЗАБРУДНЕННЯ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ УКРАЇНИ: ДИНАМІКА ТА СТРУКТУРА ВИКИДІВ

Сучасний вектор розвитку суспільства орієнтує нас на дотримання принципів сталості, тобто гармонізації економічного піднесення із соціальними і екологічними характеристиками [3]. У цьому контексті особливої актуальності набувають дослідження стану атмосферного повітря України та динаміки викидів забруднюючих речовин.

Загальна динаміка обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря України за останні тридцять років вказує на тенденцію до їх скорочення (рис. 1). Так, станом на 2019 р. (4108,3 тисяч тон) порівняно із 1990 р. (15549,4 тисяч тон) відбулося скорочення викидів майже вчетверо (3,78 разів). Така ситуація по-перше склалась внаслідок кризи 90-их років, Україна в той період втратила статус промислової держави і це явно видно зі статистики обсягів викидів забруднюючих речовин, (за 1991-2000 рр. скорочення у 2,63 рази).

У період 2000-2012 рр. промисловість у країні почала невеликими кроками відновлюватися і обсяги викидів почали потроху зростати, за винятком 2008-2009 рр. (світова криза), починаючи з 2013 р. і по сьогоднішній – щорічно відбувається спад.

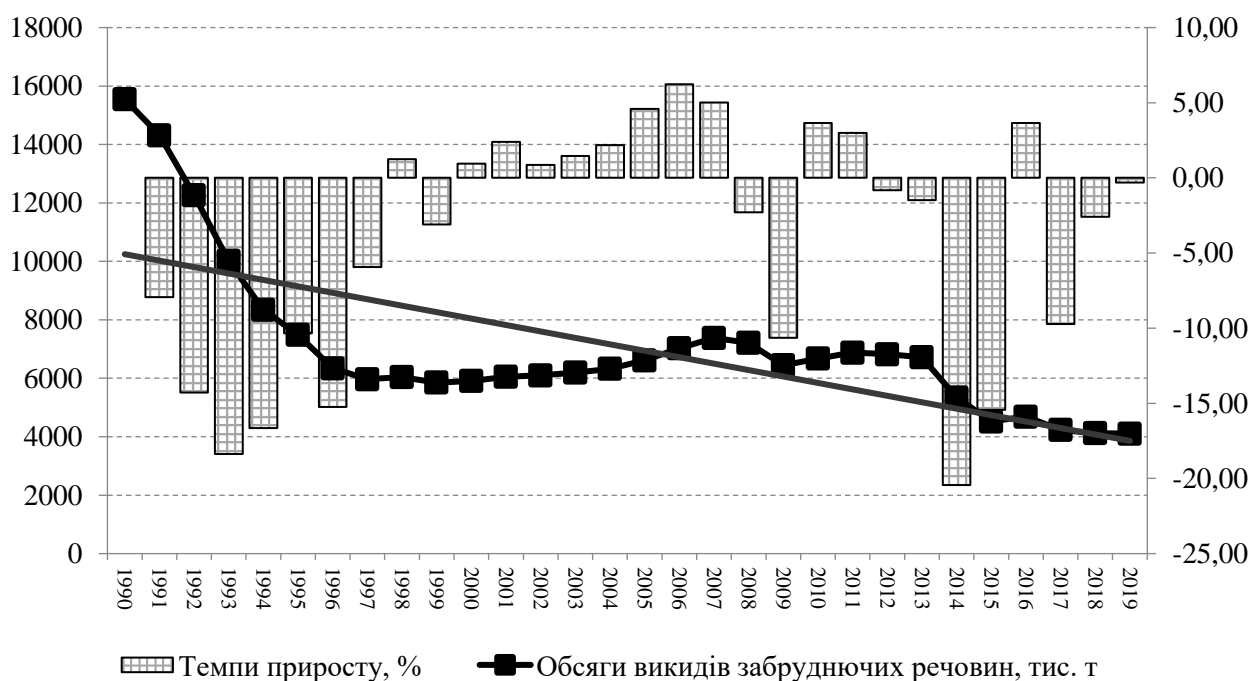


Рис. 1. Динаміка і темпи приросту обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне за період 1990-2019 років [2]

Структуру обсягів викидів забруднюючих атмосфери речовин цікаво розглянути за останній період 2010-2019 роки і порівняти чи змінилася питома вага джерел забруднення порівняно з 1990 та 2000 роками (рис. 2).

Як на початок, так і на кінець досліджуваного періоду питома вага для стаціонарних джерел становить близько 60% обсягів викидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря, для пересувних джерел – близько 40%. Хоч динаміка обсягів викидів і проявляє тенденцію до скорочення, але відносна структура залишається майже незмінною (для пересувних джерел в діапазоні 30-40%, для стаціонарних 60-70%) протягом 30 років досліджуваного періоду.

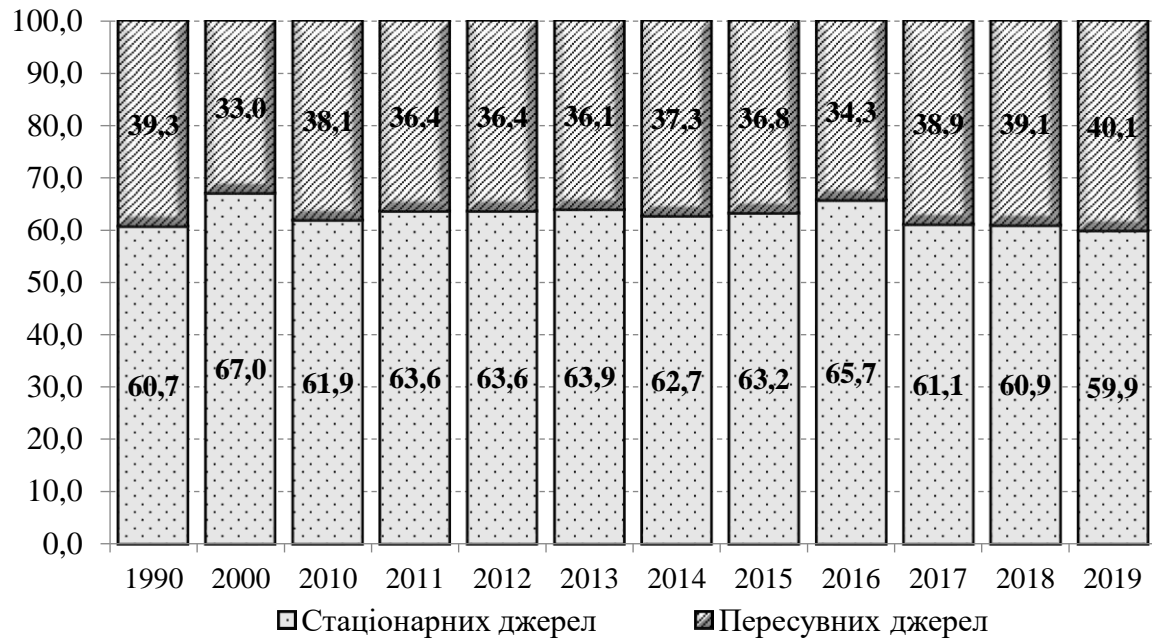


Рис. 2. Питома вага джерел забруднення у загальному обсязі забруднюючих атмосферу речовин [1; 2]

Цікавою також є структура викидів забруднюючих речовин за видами економічної діяльності. У 2019 р. стаціонарними джерелами було викинуто 2459,5 тисяч тон забруднюючих речовин у атмосферне повітря, з них [1]:

- 39,1% або 960,7 тисяч тон становили викиди пов'язані з постачанням електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря;
- 36,2% або 890,3 тисячі тон становили викиди утворені від діяльності переробної промисловості (металургійне виробництво утворило 739,7 тисяч тон або 30,1% викидів);
- 17% або 418,9 тисяч тон становили викиди пов'язані добувною промисловістю і розробленням кар'єрів (12,5% або 308 тисяч тон становлять викиди утворені добуванням кам'яного та бурого вугілля);
- 3,3% або 82,1 тисяч тон утворені діяльністю сільського господарства;
- 2,2% або 53,9 тисяч тон утворені діяльністю транспорту, складського господарства, поштовою та кур'єрською діяльністю;
- інші види діяльності займають решту 2,2% або 53,6 тисяч тон викидів.

Виходячи з наведених даних можна зробити висновок, що Україна і досі залишається промислово-транзитною країною, разом викиди від добувної і переробної промисловості та транспорту становлять 92,3%. Саме на підвищення екологізації діяльності даних компонент суспільного виробництва слід акцентувати увагу на поточному етапі.

Перелік посилань

1. Мініна О. В., Шевченко О. С., Мороз Є. А. Забруднення довкілля як складова глобальної екологічної кризи: національний рівень. *Науковий вісник Полісся*. 2020. № 2 (21). С. 39-51.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Шадура-Никипорець Н. Т., Мініна О. В. Виявлення екологічних трендів функціонування регіону як інструмент оцінки сталості розвитку. *Сталий розвиток як платформа для євроінтеграції України*: матеріали міжнародної конференції, м. Київ, 8 листопада 2019. Київ. С. 57-59.

Богучарська В. Р., здобувач вищої освіти з економіки
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, nikatora2003@gmail.com
Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗКОНФЛІКТНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛІНГУ НА КОМЕРЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Для комерційного підприємства актуальним залишається ведення виробничого обліку, за допомогою якого забезпечується оперативний контроль за формуванням витратами на виробництво і досягається конкурентоспроможність продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Щоб запобігти на підприємстві надлишкових витрат, необхідно розробити стратегію раціонального використання всіх ресурсів, оптимізації процесів та мінімізації надлишкових витрат. Але особливої уваги слід приділяти альтернативним витратам, оскільки саме вони суттєво впливають на економічну ефективність у її загальносвітовому значенні (українські підприємці зазвичай вчиняють підміну поняття економічної ефективності поняттям ефективності стосовно економічних об'єктів). Питання виникнення альтернативних витрат завжди буде актуальним, як було раніше так і за сучасних умов, зокрема й на комерційних підприємствах. Але питання його врахування ускладнюється тим, що альтернативні витрати не є відбиттям видатків та затрат, а тому не можуть вестись звичайними засобами обліку.

Для того, щоб не виникало надмірного споживання ресурсів, яке спричиняє перевитрати, треба завчасно планувати діяльність підприємства. Важливим управлінським інструментом цього є управління витратами, а як головною складовою його – пошук найефективнішого способу використання наявних ресурсів, тобто оптимізація витрат. Для будь якого комерційного підприємства характерно, що керівництво та управлінські служби, враховуючи специфіку діяльності, постійно формують заходи, що спрямовані на комплексне управління витратами, але багатьом комерційним підприємствам характерна велика номенклатура запасів та предметів обліку, для яких складно запровадити дієві оптимізаційні алгоритми. Організація витрат рекомендує як саме слід управляти витратами, але не те як розподіляти ці дії, хто має здійснювати окремі складові програми, за якими термінами, яка інформація та документи необхідні та способи здійснення оптимізації та мінімізації витрат. Залучення великої кількості агентів управління, які ж крім цього досвідчені у комерційній діяльності (що робить їх природними опортуністами), ускладнює реалізацію програм точно за планом. Це одна з головних умов, яка робить питання досягнення безконфліктності всередині організаційної структури актуальним.

Для стабільної та рентабельної роботи комерційного підприємства дуже важливим є раціональний розподіл всіх процесів, а також раціональне використання придбаних ресурсів та мінімізація надлишкових витрат. Але без контролю реалізації цього розподілу неможна вважати, що план буде виконано саме за його «буквою». Раціональне використання ресурсів являє собою таке використання, яке враховує як природні закономірності, так і потенційні можливості навколишнього середовища, але власна організаційна структура стає також середовищем реалізації плану, а тому раціональне використання полягає у створенні умов для відтворення не тільки ресурсів підприємства, а й також недопущення настання незворотних наслідків через внутрішні для підприємства процеси.

Надлишкові витрати або перевитрати свідчать не тільки про неефективне використання чинників виробництва, а й про недієвість організаційного механізму. Правильний розподіл процесів – це злагоджена та сумлінна робота персоналу, яку направлено на створення в колективі сприятливих умов для розвитку людини, її зростання, розкриття її потенціалу, а також узгоджене функціонування всіх етапів виробництва тощо. Діяльність комерційних підприємств, як і всіх інших, регулюється законодавством України, але комерційні більш вільні у своїй діяльності та у прийнятті рішень, вони можуть вільно вести зовнішньоекономічну

діяльність без тиску на них Уряду або державних органів. Комерційні підприємства за умов дистрибутивної економіки достатньо цікаві для іноземних партнерів. Тому комерційні підприємства як об'єкт дослідження матимуть значну актуальність.

Таким чином, керуючись такими джерелами як роботи з обліку, виробничому моніторингу, інформаційного забезпечення прийняття рішень та оперативному контролінгу (наприклад, за [1-3]), можна сформулювати першочергові заходи щодо узгодження ресурсів та скорочення витрат: 1) формування системи управління витратами; 2) оптимізація витрат на оплату праці та підвищення продуктивності праці; 3) поліпшення процесу закупівель (тобто ресурси потрібно поставляти в потрібний час, в потрібній кількості та за кращою ціною); 4) удосконалення роботи логістичних ланцюжків; 5) модернізація чи придбання економічного обладнання; 6) опрацювання причин браку на виробництві

Сьогодні система контролінгу та управління конфліктами ще недостатньо впроваджені в управлінську практику підприємств України, тому важливо визначити пріоритети щодо напрямку діяльності вітчизняних комерційних підприємств, можливості їхньої конкуренції з іноземними підприємствами в майбутньому та перспективи економічного розвитку, які дає впровадження систем контролінгу та безконфліктності. Сучасні умови господарювання вимагають від підприємства постійної готовності до змін ринку, і саме використання цих систем допомагає ефективно і в обмежені строки визначити можливості цих змін, швидко на них реагувати, а також врегульовувати і запобігати конфліктам. На сьогодні не сформульовано єдиного визначення змісту «контролінг», але беззаперечно, що в ході еволюції контролінгу як наукової дисципліни і практичної діяльності підприємця має місце взаємне проникнення і доповнення окремих функцій – наполягаємо також на включення до їх складу також і забезпечення внутрішньоорганізаційної безконфліктності.

За результатами дослідження має бути визначено наскільки успішним буде дане комерційне підприємство в майбутньому за різних умов підтримання рівня конфліктів всередині організаційної структури, як раціонально будуть використанні та розподілені ресурси, наскільки вагомими будуть обсяги виробництва та товарообігу, наскільки воно буде платоспроможним та ризикозахищеним за чинниками «людського фактору», та як наслідок, наскільки рентабельним, економічним та прибутковим буде підприємство за шкалою різних якісних рівнів ризику. Важливо, щоб оперативний контроль був на всіх етапах підготовки і прийняття управлінських рішень, щоб вчасно усувати недоліки, запобігати їх виникненню та забезпечувати систему оперативного управління інформацією про наслідки здійснення операцій. Все це дозволить управлінцям приймати своєчасні управлінські рішення щодо ходу господарських процесів на підприємстві, що сприятиме ефективному управлінню.

В свою чергу безконфліктне застосування оперативного контролінгу переводить управління підприємством на якісно новий рівень, інтегруючи, координуючи і узагальнюючи діяльність різних служб і підрозділів організації, спрямовуючи її на досягнення оперативних і стратегічних цілей. За гіпотезою дослідження одним із завдань такого контролінгу має стати встановлення режимів роботи, які спрямовані на запобігання непродуктивних конфліктів та розладу у організаційній структурі комерційного підприємства.

Перелік посилань

1. Дібніс Г. І. Вплив моніторингу на ефективність адміністрування роботи виконавців / Г. І. Дібніс, О. О. Ромахова // *Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 трав. 2010 р. — Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. — Ч. 1. — С. 30–31.

2. Кривуля, П. В. Конвенции внутриорганизационных коммуникантов как условие информационного обеспечения принятия управленческих решений / П. В. Кривуля, М. В. Дорошко // *Проблемы экономического и правового обеспечения менеджмента хозяйствующих субъектов* : Сб. научн. трудов Донецкого национального технического университета. – Донецк: ДонНТУ, 2008. – С. 169-176.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затв. наказом М-ва фінансів України від 31 груд. 1999 р. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

Васюта Я. О., ЗВО 1 курсу магістратури гр. ММР-211
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
yaana1001@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ЗНАЧЕННЯ ВЕБ-ДИЗАЙНУ ДЛЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Зазвичай команди з маркетингу та дизайну працюють окремо. Маркетологи вважають за краще не ділитися інформацією про свою стратегію, і дизайнери вважають за краще не обговорювати проміжні результати, доки завдання не буде повністю виконане. Відсутність співпраці призводить до непорозумінь та додаткової роботи. Буває, що стильні і професійно цільові сторінки отримують якісний трафік, але не конвертуються, тому що вони спочатку були призначені для неправильної цільової аудиторії [1].

Веб-сайт часто є першою точкою контакту потенційних клієнтів компанії та її бренду. Веб-дизайн включає в себе безліч змінних, зокрема макет, вміст, графіку, пошукову оптимізацію та оптимізацію коефіцієнта конверсії. Деякі компанії не враховують важливість веб-дизайну для маркетингової стратегії. Проте саме дизайн сайту може або створити або зруйнувати маркетингову кампанію. Хоча маркетингова кампанія може легко привернути увагу людей, веб-дизайн визначить, купуватимуть вони чи ні. Згідно з дослідженнями, майже 75% відвідувачів судять про бізнес із його дизайну [2].

Успішний веб-дизайн може допомогти підняти бренд, тим самим змушуючи більше людей купувати товари. Існує безліч способів виконання дизайну, включаючи блоги, маркетингові кампанії, брошури та виставки-ярмарки. Наявність чудового дизайну може зробити бренд незабутнім.

Розглянемо різні маркетингові компоненти, з якими може допомогти хороший веб-дизайн. По-перше, це користувальницький досвід (UX). Якщо веб-сайт вирішить використовувати яскраві відео та великі зображення, які сповільнюють час завантаження, відвідувачі розчаруються і підуть. Аналогічно, якщо відвідувачі не можуть швидко знайти те, що вони шукають, потрібно покращити навігацію на веб-сайті. Створення зручного для користувача досвіду важливо, щоб залучити відвідувачів і змусити їх повертатися. Послідовний брендинг – зовнішній вигляд веб-сайту має відповідати всім іншим маркетинговим матеріалам, включаючи технічні документи, описи продуктів тощо.

По-друге, пошукова оптимізація (SEO) і планування контенту. Однією з найпоширеніших причин, чому компанії переробляють свій веб-сайт, є зробити його більш зручним для пошукових систем. Наявність якісного контенту, який не дублюється, має бути частиною кожної стратегії SEO. Наявність повторюваного вмісту на кількох сторінках може призвести до зниження рейтингу в пошукових системах. Свіжий, оновлений вміст у блозі компанії – це ще один спосіб залучити трафік на свій сайт і підвищити свій рейтинг.

По-третє, оптимізація коефіцієнта конверсії (CRO). Коефіцієнт конверсії – це відсоток відвідувачів веб-сайту, які здійснюють бажану дію, наприклад, купують продукт або реєструються в списку електронної пошти. Ефективний веб-дизайн може допомогти покращити макет, текст та онлайн-форми, щоб підвищити коефіцієнт конверсії та збільшити продажі. Аналітика дозволить провести аналіз того, як і ким використовується сайт, і є невід'ємною частиною планування маркетингових кампаній. Мета включення аналітики у веб-сайт полягає в тому, щоб зрозуміти, як користувачі переміщуються сайтом. Збір цих даних дозволить створити потужні цифрові маркетингові кампанії та дізнатися, що спрацювало, а що ні [3].

По-четверте, реклама. Якщо рекламною компанією проводиться реклама з оплатою за клік, які спонукають відвідувачів відвідати веб-сайт, то клік від оголошення до цільової сторінки має бути безперешкодним і спрямовувати відвідувачів на потрібну дію. Часто оголошення може мати інший вигляд і відчуття від веб-сайту, що призводить до «відключення» для відвідувача [4].

Отже, веб-дизайн повинен враховувати весь досвід користувача від початку до кінця. Ефективний веб-дизайн об'єднує різні компоненти цифрового маркетингу та допомагає покращити досвід користувачів, щоб спонукати їх повернутися знову і знову – це ознака добре розробленого веб-сайту.

Перелік посилань

1. Нужен ли маркетинг веб-дизайнеру? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mgn.com.ua/nuzhen-li-marketing-veb-dizajneru/> (дата звернення 6.12.21).

2. How Important Is Web Design to a Digital Marketing Plan? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://leadtoconversion.com/blog/how-important-is-web-design-to-a-digital-marketing-plan/> (дата звернення 6.12.21).

3. Советы и стратегии дизайна для веб-маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cloudmakers.ru/sovety-i-strategii-dizajna-dlya-veb-marketinga/> (дата звернення 6.12.21).

4. Web Design and Marketing: Why Your Website is an Integral Part of Your Marketing Campaign [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.webconfs.com/2131/web-design-and-marketing-why-your-website-is-an-integral-part-of-your-marketing-campaign/> (дата звернення 6.12.21).

Вержущька Я. Ю., здобувач вищої освіти, гр. ММРп-201

Чернігівський національний технологічний університет, averzucka@gmail.com

Науковий керівник: Москаленко В. А., канд. екон. наук, доцент

Чернігівський національний технологічний університет, m.valentina.an@ukr.net

ЕФЕКТИВНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЄКТІВ

У сучасних умовах невизначеності та обмеженості ресурсів, постійних та раптових змінах зовнішнього середовища, будь-яка бізнес-структура намагається прогнозувати та випереджати майбутні події. Тож для вирішення виробничих та комерційних питань необхідний внутрішній документ, у якому буде обґрунтовано діяльність підприємства та спрогнозовано результати його роботи. Для ефективної роботи підприємства в умовах великої конкуренції, світової фінансової кризи та постійно змінюваного зовнішнього середовища – необхідний план маркетингу.

Маркетинговий план бізнес-проекту – це документ, де зазначені основні цілі проекту та шляхи їх досягнення, основна мета – зменшення можливих маркетингових ризиків за рахунок зниження невизначеності умов діяльності та концентрації ресурсів на перспективних напрямках [1].

Для організації процесу маркетингового планування теорія і практика пропонує безліч алгоритмів, ми зупинились на наш погляд найоптимальнішому алгоритмі запропонованому успішним підприємцем Аланом Дібом [2]. Що цінного власне в цьому алгоритмі, так це поділ усіх процесів маркетингового планування на три етапи направлених на роботу з потенційними клієнтами, роботу зацікавленими клієнтами і роботу з активними клієнтами (рис. 1).

Етап «До» Потенційний клієнт	1. Цільовий ринок	2. Повідомлення цільовому ринку	3. Канали зв'язку з цільовим ринком
Етап «Під час» Зацікавлений, потенційний клієнт	4. Система залучення потенційних цільових клієнтів	5. Система плекання потенційних цільових клієнтів	6. Стратегія конверсії продажів
Етап «Після» Клієнт	7. Забезпечення найвищої якості	8. Підвищення довічної цінності клієнтів	9. Планування й стимулювання рекомендацій

Рис. 1. Алгоритм маркетингового плану бізнес-проекту

Важливим елементом маркетингового планування бізнес-проекту є розуміння співвідношення між стратегією і тактикою. Насамперед, потрібно розуміти, що стратегія маркетингу – це планування повної картини, яке здійснюють перш ніж перейти до тактики. Саме стратегія маркетингу дає можливість приймати рішення за елементами комплексу

маркетингу, тобто розробляти програми маркетингу. Такі рішення стосуються товарів, рівня цін, каналів розподілу і рівнів обслуговування, системи просування товарів. Потрібно намагатись розробити такий варіант комплексу маркетингу, який забезпечував би споживачам найкращу пропозицію при оптимальних витратах та мінімальних ризиках. Наше бачення маркетингової стратегії бізнес-проекту зображено на рис. 2.

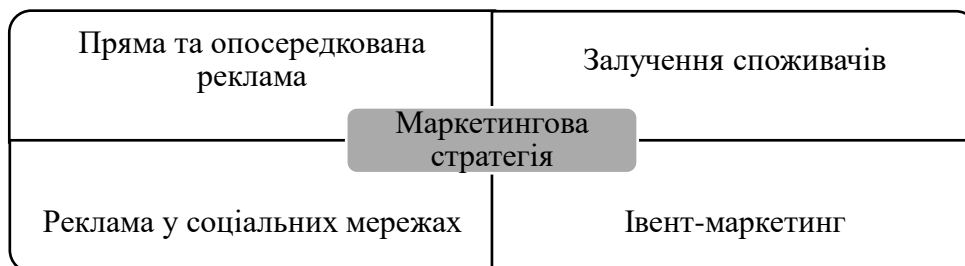


Рис. 2. Маркетингова стратегія бренду

Тактичним завданням маркетингового планування є формування маркетингової програми, яка за допомогою різних елементів маркетингу-мікс доводить товар, послугу до цільових покупців найбільш вигідним і зрозумілим способом. Програми маркетингу – це календарний план, який детально показує, які саме дії потрібно буде зробити для досягнення стратегічних цілей. Іншими словами, програма маркетингу – це сукупність заходів, які повинні бути здійснені ті чи інші служби підприємства, щоб з допомогою вибраних стратегій можна було досягнути цілі маркетингового плану.

Отже, під плануванням маркетингу будемо розуміти логічну послідовність окремих видів діяльності і процедур з постановки цілей маркетингу, вибору стратегій маркетингу і розробки заходів по їх досягненню за певний період, тобто це діяльність по розробці окремих видів плану маркетингу. Ця діяльність є елементом більш загального поняття – системи планування маркетингу, яка включає, крім розробки плану маркетингу, його реалізацію та контроль.

Перелік посилань

4. Величко В. Етапи розробки бізнес-плану підприємства / В. Величко // Економіка України. – 2012. – №12. – С. 42-48.
5. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку / Аллан Діб; пер. з англ. М. Черник – Х.: Віват, 2020. – 288с.
6. С. Семенюк. Маркетингове планування діяльності підприємств / С. Семенюк // Галицький економічний вісник. — 2010. — № 1(26). — С. 84-92.

Вовк В. С., студентка гр. ММРп-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», nogard921@gmail.com

Науковий керівник: Рябова Т. А., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», riabova_tetiana@ukr.net

DIGITAL-MARKETING: ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ БІЗНЕСУ

В наш час у світі стрімко змінюються способи впливу та взаємодії з потенційними споживачами. Останніми роками збирає більше уваги та прихильників саме Digital Marketing (цифровий маркетинг), який здатний не тільки на збір точної та об'єктивної інформації про цільову аудиторію, але й простеження та аналіз результатів просування бренду чи продукту. Комплексний підхід до вибору потрібних саме вашому підприємству дозволяє використовувати максимально ефективні канали просування для продукту.

Digital-marketing використовується на всіх етапах взаємодії споживачів у сегментах B2C та B2B. На відміну від інтернет-маркетингу, цифровий маркетинг також включає офлайн канали комунікації зі споживачами. Ефективність цього напрямку обумовлена тісною взаємодією зі споживачами та охопленням цільової аудиторії [1].

Прогресування Digital-marketing не припиняється. Знайти підхід до свого споживача стає все складніше, а переконати їх купувати ваші товари або послуги з інтересом - ще важче. Стандартні підходи до реклами вже не працюють, а спам-повідомлення просто дратують і не дають позитивного результату. Тому тим підприємствам, які бажають і далі бути на плаву, не вискочити з ринку та обійти конкурентів, потрібно вчитися швидко адаптуватися до змін своєї аудиторії та слідувати тенденціям цифрового маркетингу. Використовуючи тренди маркетингу правильно, ви можете підвищити свою конкурентоспроможність, продажі та впізнаваність бренду [2].

До основних інструментів цифрового маркетингу відносять:

- контент-маркетинг,
- пошукова оптимізація (SEO),
- пошуковий маркетинг (SEM),
- маркетинг соціальних медіа (SMM),
- маркетинг впливу (influencer marketing),
- прямі розсилки (E-mail маркетинг, SMS і MMS розсилки),
- реклама (контекстна; банерна; тізерна; відеореклама; реклама в різних формах цифрової продукції: електронних книгах, програмах, іграх, інтерактивних білбордах тощо),
- Push-повідомлення, і т.д. [3]

В 2021 році майже кожна велика компанія має власний блог, де вона ділиться корисною та актуальною інформацією та демонструє досвід обраної ними ніші. Такий інструмент дозволяє активізувати підвищення рівня довіри користувачів та збільшити впізнаваність бренду. Читачі такого блогу компанії і є потенційними клієнтами. Таку аудиторію легше «розігріти», тому що споживачі швидше за все куплять саме у тієї компанії, яку регулярно читають, аніж у компанії, яку вони взагалі не знають. Як приклад можна розглянути мандрівників, яких перед покупкою квитків цікавлять особливості країни, в яку вони їдуть, правила оформлення візи, вартість проживання та цікаві місця.

До 2020 року була популярна тенденція на класичних інфлюенсерів, коли компанії намагалися отримати рекламу від популярних блогерів із 1 мільйонною аудиторією. Однак, незважаючи на дуже великі охоплення реклами, результати не завжди були позитивними, оскільки цільова аудиторія не мала точних попадань. У 2021 році на заміну звичайного маркетингу впливу прийшов мікроінфлюенсінг, коли рекламу закупають у блогерів не мільйонників, а з невеликою аудиторією від 10 000 до 100 000 підписників. В такому випадку для обраного рекламного продукту вибирається більш вузький тематичний канал або блог. Набагато простіше та ефективніше просувати свою книгу в спільноті на книжкову тематику, а дитячі пелюшки краще підходять для реклами у тих блогерів, які говорять про дітей та догляд за ними. [2]

SMM або соціальний маркетинг – це процес залучення уваги аудиторії через використання соціальних мереж. Завдяки великій кількості активних користувачів щоденно, соціальні мережі можуть використовуватися як для просування свого бренду, так і для розширення аудиторії, а також і для активних продажів вашого продукту або послуги. Цей інструмент також допомагає знаходити лояльних споживачів та потенційних клієнтів, отримувати їхні відгуки та підвищувати подальшу зацікавленість з боку користувачів. [1]

Комплекс заходів, спрямований на отримання трафіку з результатів пошуку за допомогою пошукових систем. Даний інструмент цифрового маркетингу потребує знання та розуміння технічної частини, як оптимізація архітектури сайту, HTML та маніпулювання посиланнями, і знання та розуміння контенту, який в змозі не тільки підвищити рейтинг результатів пошуку, але й формує довіру до продукції та компанії в цілому.

Останні тенденції digital-marketing спрямовані на пошук та створення нових способів взаємодії зі споживачами, як існуючими, так і потенційними, та на створення нового користувацького досвіду. У той самий час звична для всіх нас реклама в соціальних мережах поступово стає менш популярною і менш дієвою. Мобільні месенджери витісняють соціальні мережі як простіший і зручніший спосіб спілкування між користувачами, конкуренція посилюється навіть між пошуковими системами. Все більше користувачів мережі Інтернет шукають інформацію про товари безпосередньо на сторінках товаровиробників.

Просуваючи бізнес в інтернеті, потрібно постійно розбудовувати та доопрацьовувати свою маркетингову стратегію. У digital-сфері все змінюється дуже швидко, тому необхідно стежити за трендами та вміло адаптувати їх до своєї компанії.

Перелік посилань

1. Digital marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/#h2_4
2. Инструменты Digital-маркетинга: тренды 2021 года с наглядными примерами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.insales.ru/blogs/university/instrumenty-digital-marketinga>
3. Мельник Л. Г., Дериколенко А. О. Инструменты digital-маркетингу як засіб просування продукції вітчизняних промислових підприємств [Текст] / Л. Г. Мельник, А. О. Дериколенко // Ефективна економіка. – 2020. – № 3.

Вовк В. С., ЗВО 1 курсу магістратури гр. ММР-211

Національний університет «Чернігівська політехніка», nogard921@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»,
svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ ПІДПРИЄМСТВА

У ХХІ-му столітті розвиток технологій і постійна боротьба за клієнтів виводять діджитал маркетинг на новий рівень. Ті компанії, які першими беруться за нове, не бояться зазнавати невдач, впроваджують абсолютно нові підходи до споживачів, займають нові ніші ринку та рекламної діяльності.

До найважливіших інструментів діджитал-маркетингу можна віднести: пошукову оптимізацію SEO та пошуковий маркетинг SEM; соціальні медіа та блоги (SMM); контент-маркетинг; influencer marketing або маркетинг впливу; банерну, тизерну, відеорекламу; партнерські програми; прямі розсилки (E-mail маркетинг, SMS і MMS розсилки) та Push-повідомлення; онлайн медіа; співпрацю з блогерами та лідерами думок [1].

Впроваджуючи вищезгадані технології в маркетингову діяльність підприємства, можна досягти кращих результатів за допомогою збільшення конверсії, відвідуваності веб-сайту та сторінок в соціальних мережах, покращення іміджу компанії та зміцнення позиціонування своїх товарів та послуг у свідомості споживачів, збільшити збут продукції тощо.

Підвищенню активності споживачів сприяє використання анімації або відеокліпів, обмін фотографіями, використання соціальних медіа та блогерів (SMM). Для цього використовуються такі інструменти цифрового маркетингу як: контекстна та банерна реклама, мобільний маркетинг; вірусний маркетинг; технологія пошукової оптимізації (SEO) та пошуковий маркетинг SEM; великі масиви даних (Big Data); соціальні медіа та блоги (SMM); оптимізація соціальних мереж (SMO); торги в реальному часі (RTB); ретаргетинг реклами (перефокусування); рекламна розсилка; публікації; оцінка в Інтернеті; веб-аналітика, веб-конференції, події, конкурси, спонсорство, заохочення продаж в інтернеті [2].

Сьогодні Інтернет став невід'ємною частиною повсякденного життя людей. Станом на січень 2021 року майже 60% українських користувачів Інтернету є користувачами Facebook; 43% – YouTube; 30% – Instagram. За даними Canter Ukraine, за останні п'ять років найшвидше розвивалися Facebook та Instagram, на що вплинула заборона російських соціальних мереж [3].

Розвиток та розширення можливостей використання Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності підприємства призвели до появи такого методу стимулювання продажів цільовій аудиторії в Інтернеті на основі рекомендацій як крауд-маркетинг [4]. Крауд-технології визначають як інструменти організації і використання результатів діяльності спільнот у мережі Інтернет на основі соціальної взаємодії тих, хто до них належить. Основне завдання

краудмаркетингу – управління відгуками та рекомендаціями членів спільнот та інших груп у мережі Інтернет таким чином, щоб вони в результаті позитивно впливали на продажі компанії. Крім того, крауд-маркетинг допомагає поліпшити репутацію компанії та підвищити позиції сайту в пошукових системах [4].

На сучасному етапі використовують такі основні інструменти крауд-маркетингу, як: Google (для пошуку питань і відгуків про бренд на сайтах і форумах); Google Alerts, Mention, Talkwalker (для сповіщень про нові відгуки); Disqus (для відстеження коментарів у своєму та сторонніх блогах); Hootsuite (для моніторингу соціальних мереж і форумів); Facebook, Instagram, Twitter (для комунікації з потенційними споживачами); Google Analytics (для відстеження переходів на сайт та аналіз поведінки споживачів на сайті) [5].

Найпершим завданням цифрового маркетингу є максимізація присутності бізнесу у мережі Інтернет. Діджитал маркетинг – найкращий спосіб для досягнення максимальних результатів підприємства, оскільки сприяє економії грошей і мінімізації витрат.

Перелік посилань

1. Гавура Г. Digital-marketing: що це таке й кому він потрібен [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/experts/digital-marketing-sho-ce-take-i-komu-vin-potriben> (дата звернення: 8.12.2021).

2. Романенко Л.Ф. Цифровий маркетинг: сутність та тенденції розвитку / Л.Ф.Романенко // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2019. – Вип.23. – С.80-84. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/201>

3. Куренкова О. Соцмережі-2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо 400 мільйонів років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> (дата звернення: 8.12.2021).

4. Рябов І. Б. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві / І. Б. Рябов, І. М. Шевкопляс // *Ефективна економіка*. 2020. № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8423> (дата звернення: 8.12.2021).

5. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. – Суми: Діса плюс, 2016. –192 с.

Вознюк Ю. С., студентка 3 курсу

Волинського національного університету імені Лесі Українки,
yuliamark20@gmail.com

Науковий керівник: Сак Т. В., канд. екон. наук, доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки,
tetianasak@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАТАПІВ В УКРАЇНІ

На відміну від зарубіжних держав, для України стартап – це відносно нове явище в економіці. Сутність стартапу полягає в наявності у певної особи чи компанії незвичайної, новітньої бізнес-ідеї, яка вимагає подальшого розвитку та просування. Питання розвитку стартапів в Україні є досить актуальним сьогодні, адже вони є важливим аспектом у підвищенні привабливості інвестиційного клімату країни, та, як результат, сприяють розвитку інноваційної діяльності, а також підтримці малого та середнього бізнесу.

Дослідженню питань, що стосуються особливостей розвитку стартапів присвячено чимало науково-практичних робіт як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Серед вітчизняних авторів слід виділити М. Мальчик, А. Ковальову, М. Кравченко; серед зарубіжних – С. Бланк, Е. Райз, Б. Купер та інші. Слід зазначити, що більшість з перелічених науковців розглядають розвиток не тільки з теоретичного, а й з практичного погляду, що потребує подальшого дослідження та узагальнення.

Найпоширенішим поняттям стартапу, яке чітко характеризує його сутність, вважають визначення, яке сформулював успішний американський стартапер Стівен Бланк, а саме: «стартап — це тимчасова структура, яка спрямована на пошук і реалізацію масштабованої бізнес-ідеї» [1]. Для того, щоб більш повно зрозуміти сутність стартапу необхідно визначити ряд його особливостей.

До характерних рис стартапу належать такі:

- 1) тимчасовість існування: через декілька років успішний стартап перевтілюється на повноцінну компанію, продається або стає підрозділом іншої компанії;
- 2) орієнтованість на розроблення інноваційного продукту, що задовольнить певні потреби ринку;
- 3) високий потенціал розвитку, здатність до масштабованості бізнесу;
- 4) нестійке становище на ринку і невизначеність існування [2].

Кожен стартап – це так званий бізнес-проект, який має, залежно від спрямованості та сфери діяльності, певні етапи розвитку. Вони повинні бути короткими та чітко структурованими. Кожен з етапів є важливим, і від ефективності одного етапу, залежить ефективність та успіх іншого. Проаналізуємо 5 основних етапів розвитку стартапу:

1. Посівна стадія (seed stage). Цей етап характеризує процес зародження ідеї, в основі якої лежить інновація. Фінансування необхідне вже на цьому етапі, проте знайти інвесторів на таких ранніх стадіях розвитку стартапу дуже складно, тому переважно джерелом фінансування тут виступають власні заощадження.

2. Стадія запуску (startup stage). Тут здійснюється формування стратегії просування проекту на ринок та пошук клієнтів, в результаті чого легше залучити інвесторів. Проте, в основному на даному етапі джерелами фінансування виступають власні кошти чи так званий краудфандінг.

3. Стадія зростання (growth stage). На даному етапі відбувається кінцеве формування продукту та приведення його до ідеального стану. Часто інвестори самі знаходять такий стартап, адже він уже набуває популярності та приносить прибутки, тому основним джерелом фінансування тут уже виступають інвестори.

4. Стадія розширення (expansion stage). Цей етап характеризується залученням широкого кола споживачів, чітко відпрацьована маркетингова стратегія, а продукт стабільно приносить прибуток. Відбувається розподіл часток між інвесторами.

5. Стадія «виходу» (exit stage). Полягає у можливому продажі компанії як уже готового та прибутково бізнесу, а також відбувається випуск акцій, в результаті чого інвестори отримують доходи (дивіденди).

Варто зазначити, що досить важко досягнути останнього етапу у розвитку стартапу – стадію «виходу», адже для цього необхідно чимало зусиль, коштів та часу. За статистикою 90% стартапів не можуть дійти навіть до другої стадії – запуску; 70% стартапів через рік після старту закриваються, а з них ще 40% на наступний рік [3].

З перелічених етапів розвитку бачимо, що важливою умовою для успішного розвитку стартапу є ефективно налагодження управлінської бази, а також фінансування нових розробок.

Фінансування стартапів в Україні та підтримка з боку держави є основною проблемою для їх подальшого розвитку, так як залучити кошти на розвиток стартапу є досить ризиковано.

Україна у 2018 році зайняла серед усіх країн 43 місце. Цей результат не можна вважати високим, оскільки та ж Польща має 379 успішних стартапів, Угорщина — 284, Румунія — 202 [1].

Більшість стартапів, що реалізуються в Україні пов'язані зі сферою інформаційних технологій, оскільки за умов їх ефективного реалізації можна отримати високі прибутки, а затрати – мінімальні. Проте, незважаючи на те, що Україна має потребу в нових розробках у даній сфері, більшість з них купують зарубіжні корпорації.

На сьогоднішній день Україна значно відстає в інноваційному розвитку та у підтримці діяльності інноваційних підприємств, зокрема стартапів. Пов'язано це із незадовільним станом інноваційної інфраструктури, відсутністю діючих механізмів підтримки інноваційного

підприємництва. З урахуванням закордонного досвіду управління стартапами, Україні потрібно, окрім забезпечення фінансової підтримки інноваційних проектів та створення бізнес-інкубаторів, зайнятися розвитком інновацій і підприємництва [1].

Отже, можна зробити висновок, що наразі в Україні склалась досить непроста ситуація, адже наразі з'являється велика кількість цікавих, потенційних досягти успіху стартап-проектів, а їх винахідники потребують фінансову підтримку. Через неможливість швидкого залучення інвестицій, проекти відкладають на невизначений термін, а часто взагалі не реалізуються. Тому, необхідна, в першу чергу, підтримка не з боку зарубіжних країн, а з боку України, оскільки успішні стартапи позитивно впливають на економіку країни та розвивають державу в цілому.

Перелік посилань

1. Касич А. О., Джура А. М. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Економічна наука*, 2019. №2. С. 24–31. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/13339/1/6.pdf> (дата звернення: 09.12.2021).
2. Хромова Д. Д. Сучасні тенденції в інвестиційному середовищі будівельної сфери України. *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 2018. № 18. С. 123-127. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_3_2018ua/28.pdf (дата звернення: 09.12.2021).
3. Розвиток стартапу. URL: <https://brander.ua/what-we-offer/startup-development/rozvitok-startapu> (дата звернення: 09.12.2020).

Волкова А. М., здобувачка вищої освіти 1 курсу, група МУП-211
Національний університет «Чернігівська політехніка», alenvakisela@gmail.com
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», ira41215@ukr.net

ВПЛИВ ФАКТОРІВ РОБОЧОГО ЧАСУ ТА УМОВ ПРАЦІ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦЮЮЧИХ

Умови праці, можливість маневрувати робочим часом можуть стати фактором нарощування трудового потенціалу України, зменшення трудової міграції. Збільшення позитивного впливу умов праці на продуктивність працюючих доцільно здійснювати за рахунок підвищення соціальної активності, задоволення умовами праці та колективом підприємства, мінімізації негативного впливу таких факторів як: зростання плинності кадрів із-за несприятливих умов праці; зниження творчої активності. За рахунок оптимізації факторів робочого часу та умов праці на рівні підприємств покращується соціально-психологічний клімат, підвищується рівень корпоративної відданості та задоволеності працею, що особливо важливо для високої продуктивності праці.

В умовах цифрової економіки модифікується як поняття робочого часу, так і умов праці. Робочий час – це час, який працівник не завжди перебуває на робочому місці. Нині акцент ставиться на виконанні службових обов'язків, на продуктивності праці, а місце роботи може бути віддаленим при дистанційному виконанні службових обов'язків.

Роботодавці можуть впливати на фактор робочого часу. Відповідно до діючої нормативно-правової бази встановлюються норми робочого часу, наприклад, повний робочий час, неповний, скорочений, п'ятиденний або шестиденний робочий тиждень. Роботодавці можуть задовольняти потреби працюючих шляхом встановлення: ковзного робочого тижня; гнучкого графіку роботи; неповного робочого дня; неповного або подовженого робочого дня; розірваного робочого дня.

У науковій літературі найбільш вживаними та дослідженими є фізичні фактори виробництва (температура, вологість, забрудненість повітря, шум, та інше). Менш дослідженими є соціально-економічні фактори умов праці в частині реальної заробітної плати, задоволення працею, можливості розширеного відтворення за рахунок праці. Соціально-економічні фактори умов праці мають розглядатися у широкому контексті та характеризувати суспільний резонанс та суспільне значення праці.

Найбільш активно впливають на формування умов праці три групи факторів. До першої групи відносяться соціально-економічні фактори. В них є такі підгрупи: нормативно-правові (кодекс законів праці, норми, стандарти та інше); економічні (стимулювання, заохочення, система пільг та інше); соціально-психологічні (психологічний клімат, відношення до праці); суспільно-політичні (форми руху працівників за створення сприятливих умов праці).

До другої групи відносяться техніко-організаційні фактори. Серед них виділяють такі підгрупи: предмети праці та їх продукти(ресурси, сировина); технологічні процеси; засоби праці; організаційні форми виробництва, праці та управління.

До третьої групи відносяться природні фактори. Вони включають: географічні (клімат); біологічні (рослини та тварини у цьому регіоні); геологічні (характер добування корисних копалин).

Класифікація факторів служить для того щоб створювати кращі умови праці, модернізувати їх, проводити аналіз, щодо стану умов праці, створювати план заходів, зосереджувати фінансові, матеріальні, трудові ресурси на поліпшення умов праці, робити прогноз, щодо змін в умовах праці.

Для того, щоб забезпечити необхідні умови трудової діяльності, використовують три напрями. Такі як: формування сприятливих умов праці; покращення умов праці або підтримання цих умов; захист працівників від небезпек та виробних заощаджень.

Для того щоб забезпечувати необхідні умови трудової діяльності на підприємстві, виробництві чи організації треба використовувати всі ці напрямки разом.

Гавриш Н. О., здобувачка вищої освіти, гр. МР-202
НУ «Чернігівська політехніка», gavrish.nadia40@gmail.com
Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК КЛЮЧОВИЙ СПОСОБІВ ПРОСУВАННЯ

Соціальні мережі в наш час є повноцінною платформою для інформування цільової аудиторії про компанію, її товари або послуги. Кожного дня користувачі проводять безліч часу, спілкуючись з друзями та переглядаючи різноманітний контент в соціальних мережах. Вид маркетингу, який займається просуванням в соціальних мережах отримав назву SMM (Social Media Marketing).

Головна мета SMM – привернення та утримання уваги споживачів до продукту за допомогою соціальних мереж. Продавці товарів в сучасних ринкових умовах надають перевагу SMM, оскільки прагнуть мінімізувати витрати на збут товару. Саме SMM є одним з найменш витратних. Також SMM підходить для роботи як на ринку B2C, так і на ринку B2B незважаючи на те, що пропонується: товари чи послуги.

Через пандемію, кількість користувачів соціальних мереж зросла на 12,3 %, тобто на сьогодні вже понад 50 % всіх жителів планети затягнули тенета Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn тощо. Збільшення аудиторії вимагає від інтернет-маркетологів та SMM-спеціалістів більш продуманих стратегій, більш якісного контенту, більшої креативності [1].

Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій. Наприклад, якщо компанія створює сторінку свого продукту в соціальних мережах, користувачі можуть залишати там свої коментарі, рекомендації, огляди, задавати питання та взаємодіяти один з одним, щоб обговорити компанію, бренд, продукт чи послугу. Будь-який споживацький відгук і коментар, залишений одним користувачем, може бути каталізатором для іншого користувача і, як наслідок, спонукати до вибору (відмови) від тієї чи іншої компанії, бренда, товару, послуги [2].

За тематикою соціальні мережі можливо поділити на загальні і спеціалізовані. Загальні соціальні мережі надають можливість стати їхнім учасником будь-якому користувачеві Інтернету. Приклади таких мереж: «Messenger», «Instagram», «Facebook» тощо. Спеціалізовані соціальні мережі створюються і працюють для певних категорій користувачів. Вони можуть розроблятися для певних професій, захоплень, видів комерції. Також, в загальнотематичних соціальних мережах можуть створюватися групи відповідно до інтересів [3].

У соціальних мережах є безліч цікавих форм подачі контенту: прямі ефіри, сторіз, чат-боти та інші.

Перевагою прямого ефіру є миттєва реакція та відповідь на запитання або коментарі щодо продукту або компанії, тобто активна взаємодія з аудиторією.

Сторіз дозволяють демонструвати продукт за допомогою фото та відео з цікавою обробкою, також у споживачів є можливість відповідати на даний формат контенту або ж залишати свої реакції.

Чат-бот – віртуальний помічник в соціальних мережах, який може відповідати на питання або надавати певну інформацію про товари або послуги в чатах з клієнтом.

Не зважаючи на форму подачі важливо щоб контент був інтерактивним та давав змогу споживачеві взаємодіяти з продавцем. Форму контенту звісно ж потрібно підбирати відповідно до вподобань та віку цільової аудиторії, тому важливо звертати увагу на відгуки, щоб виправити помилки та створювати більш якісний контент.

Соціальні мережі допомагають обрати таку платформу для просування, де знаходиться левова частка аудиторії того чи іншого підприємства. Оскільки кількість споживачів та конкурентів з кожним днем збільшується потрібно створювати індивідуальний та креативний контент, який буде відрізняти вас від інших та зробить з підприємства гідного конкурента. Дана сфера має безмежний простір для реалізації різноманітних ідей. Сфера SMM є досить прогресуючою та мінливою, а це означає, що варто завжди слідкувати за трендами та новинками, щоб бути цікавим для споживачів.

Отже, соціальні мережі – це актуальний та досить ефективний спосіб для просування товарів чи послуг, він має безліч переваг до яких зокрема належать: відносно низька вартість, можливість охоплення широкої аудиторії, наявність зворотного зв'язку від споживачів.

Перелік посилань

1. Пастернак М. 2021 рік, чого від тебе чекати? Тренди в SMM та інтернет-маркетингу. Creative SMM. URL: <https://creativesmm.com.ua/2021-rik-choho-vid-tebe-chekaty-trendy-v-smm-ta-internet-marketynhu/amp/>.

2. Сильчук Т.А., Дітріх І.В., Зуйко В.І., Туз Т.С. Використання соціальних мереж як ефективного засобу просування готельного продукту. Інтернаука. 2020. № 12. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-12-6705>

3. Сметанюк О. А., Причепя І. В., Мосійчук В. В. Social MEDIA MARKeting (SMM) в Україні: особливості та перспективи розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7943>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.52

Герасімчук М. О., студентка гр. ММРп-21

Національний університет «Чернігівська політехніка», mashaherasimchuk@gmail.com

Науковий керівник: Рябова Т. А., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», riabova_tetiana@ukr.net

AN EFFECTIVE CONTENT MARKETING STRATEGY

Each year more and more Internet users make billions of searches per day and expect useful and understandable information instead of advertising and promotional text. At this stage of development of society and marketing, it has become much more difficult to attract the attention of consumers. Success in the fight for the respect of the target audience can be achieved only by a company, which

is able to quickly adapt to trends that change the likings and interests of consumers and produce unique, exciting and relevant information. Qualified marketers can stand out in a crowded market to create a competitive advantage and a niche for their brand. Typical, not very original text and banners have been replaced by quality content that is valuable for the user and strengthens the position of the companies that publish it.

Content marketing is a strategic marketing approach that involves the creation and distribution of valuable, relevant and local content to engage and retain a certain audience, as well as motivate customers to take advantage of their needs. This definition applies to all ways in which content is provided, both traditional and digital. This includes print magazines, brochures and promotional materials, as well as social media space, the website, campaigns, contests and company blogs. The way in which this information is disseminated is also important. The principle of content marketing is to provide truly relevant and useful content for potential customers, and even generate demand. Many well-known companies in the world, including P&G, Microsoft, Cisco Systems and John Deere use it [1].

Content marketing helps to build long-term relationships with your target audience. It is used to attract potential customers and retain existing ones. For example, companies with a blog attract 55% more visitors [2].

According to statistics from the Content Marketing Institute, content marketing generates three times more leads than paid search advertising. In addition, Demand Gen Report research shows that 47 % of shoppers view three to five posts before they buy a product or service [2].

Goals in content marketing depend directly on the buying cycle. Therefore, they will be different at each stage.

The goals of content marketing are [2]:

- lead generation;
- increasing the target audience;
- increasing customer engagement;
- nurturing leads;
- increasing brand awareness;
- attracting traffic;
- reactivation of passive clients;
- increasing loyalty;
- upselling and cross-selling;

Stages of working with content marketing [3]:

1) Goal setting- knowing what goals are guiding you and your team in making other important decisions that will improve your content marketing strategy. For example, the overall goal is to attract people to come to your site or blog and turn them into subscribers while using the email address that they leave behind. With emails, you can build relationships with those people who are clearly interested in your content and, hopefully, your product.

2) Defining your audience and communicating with them in a way they understand – a successful content marketing strategy always has two components in mind: brand voice and the voice of your audience. If you are trying to reach youth customers, you need to connect with them through social media and be assertive in your language. However, if you are targeting older consumers, you're your content can be based on industry experience. Tools like Google Analytics can help you to determine what content is most popular with your audience and figure out who is reading what, where and when. Determining whom your content should target can help you determine what topics and formats it should contain.

3) Choice of content arsenal - Different goals require different channels and types of content. Blogs (such as Harry's magazine) and email newsletters are often the core of any content marketing strategy. But innovative brands have gone much further, linking to Influencers on Instagram, creating augmented reality campaigns for Facebook Messenger, hosting podcasts, printing physical magazines, creating video series and more. In the beginning of launching a content strategy, it's important to focus on one or two main channels and expand later. As your brand audience grows and you get the fruits of your content marketing efforts, be able to ask your audience what additional forms of content they would like to see in your brand: such as podcasts or videos.

4) Promote your content and do it consistently- create an editorial calendar. When you're just starting out, make sure the content you sign up to create is something you and your team can handle and maintain. Whether it's one post a week or two posts a month or just one newsletter letter each quarter, make sure you're delivering content consistently and on schedule. Consistency as well as high quality, constantly published and updated content can only reflect positively on your brand.

Content marketing is becoming more important part of online promotion than aggressive slogans and promotions. With its help, the company can create their own unique style, which will be recognized by customers without brand name, increase the flow of organic traffic to their resources and become more authoritative brand in the eyes of consumers and search engines. Useful content that is not necessarily promotional, which the company places on its resources, and includes interesting information, stories and photos, is the future of mutual relations between the consumer and the business. People are ready to be loyal to companies that give them the information they require in full.

Creating a long-term, engaging, and rewarding content strategy is not easy, but if done well with long-term and short-term goals in mind, it will definitely pay off.

In modern conditions, given the global pandemic, it is important for a business leader, a marketer to follow trends for successful promotion, sales and maintaining brand reputation. Internet Marketing Trends 2022 is the basis for mutually beneficial and fruitful communication with a client, a trusting relationship with them. It is important to build cooperation with users in the right form, which is convenient for them, first of all.

Перелік посилань

1. Саїдова Г. О., Радченко Г. А. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу. [Текст] // Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 2(2). С. 144-149
2. Що таке контент-маркетинг? – Основи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sendpulse.ua/ru/support/glossary/content-marketing>
3. 10 компонентів для побудови стратегії контент маркетингу Як побудувати ефективну стратегію контент-маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nikareklama.com.ua/10-komponentiv-dlya-pobudovi-strategiyi-kontent-marketingu/>
4. Как разработать эффективную стратегию контент-маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.affde.com/ru/6-steps-building-successful-content-marketing-strategy.html>

Голопапа Р. А., ЗВО 2 курсу магістратури гр. ММРп-201
Національний університет «Чернігівська політехніка», romgol99@gmail.com
Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «СІЛЬПО»

Сучасні ринки характеризуються жорсткою конкуренцією і успішно існувати в такому середовищі зможе тільки та компанія, яка володіє відмінними конкурентними перевагами. Підвищення конкурентоспроможності є ключовим завданням підприємства, оскільки лише конкурентоспроможна компанія є стабільною, стійкою, прибутковою, і з легкістю зможе брати участь у конкурентній боротьбі.

Торговельна мережа «Сільпо» входить до торгово-промислової групи «Fozzy Group» і є одним із лідерів ринку продуктового ритейлу в Україні. Основною діяльністю мережі «Сільпо» є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. Супермаркети мережі «Сільпо» можна охарактеризувати як торговельні точки, що пропонують широкий асортимент продовольчої продукції та предметів повсякденного попиту, розраховані на масового покупця в форматі самообслуговування.

Для досягнення успіху в ринкових умовах сучасної торгівлі вирішальним елементом є ефективно використання різних факторів, що впливають на конкурентоспроможність. Серед основних внутрішніх факторів конкурентоспроможності ТМ «Сільпо» можна виділити: розташування торговельних точок мережі; організацію планування торговельних залів та мерчандайзинг мережі; асортимент та цінову політику магазинів; комунікаційну політику підприємства; використання *privat label* та власного імпорту; роботу персоналу магазинів.

Характеристики конкурентоспроможності мережі «Сільпо» з урахуванням стану зовнішнього середовища можна узагальнити в три групи: техніко-економічні (якість продукції, що закуповується; ціни на товари; рівень витрат, необхідний для формування конкурентного асортименту); комерційні (кон'юнктура ринку роздрібно торгівлі; рівень обслуговування в магазині; реклама і загальний маркетинг; імідж ТМ «Сільпо», відомість марки); організаційно-правові фактори (задоволення вимог технічної безпеки магазинів, дотримання екологічних норм, дотримання морально-етичних принципів при організації торгівлі, законне використання товарних марок, отримання відповідних дозволів, ліцензій, сплата податків та зборів).

Для кількісної оцінки конкурентоспроможності мережі «Сільпо» нами застосовано такі показники: частка ринку (характеризує стан (позицію) підприємства на ринку відносно конкурентів); коефіцієнтні зміни обсягу продажів (характеризує збільшення або зменшення конкурентоспроможності фірм за рахунок зміни обсягів реалізації); коефіцієнт рівня цін (показує зростання або зниження конкурентоспроможності торговельного підприємства за рахунок динаміки ціни на продукт). За кількісними показниками ТМ «Сільпо» поступається мережі «АТБ», оскільки має гірші коефіцієнти зміни обсягів продажу та рівня цін (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні кількісні показники оцінки конкурентоспроможності підприємств-лідерів ринку роздрібно торгівлі

№ п/п	Показники	Сільпо	АТБ	Метро С&С	Ашан
1	Частка ринку підприємства, %	9,01	12,08	2,28	1,64
2	Коефіцієнтні зміни обсягу продажів	103,2	124,6	105,3	105,2
3	Коефіцієнт рівня цін	0,206	0,233	0,232	0,203

Джерело: сформовано автором за: [1; 2; 3; 4]

Маркетингова діяльність «Сільпо» має належний рівень, але в той же час маркетингове забезпечення конкурентоспроможності потребує вдосконалення та постійного оновлення, своєчасної реакції на дії конкурентів.

Вдосконалення маркетингового забезпечення конкурентоспроможності пропонуємо проводити за такими напрямками: заходи щодо підвищення показника «середній чек» (пакетні продажі, ексклюзивні пропозиції, розвиток програм лояльності); зменшення відсотку повернення товарів – правильне інформування, відповідна якість, робота персоналу; збільшення (утримання) показника конверсії – правильна побудова воронки продаж та відповідних дій на етапах воронки.

Перелік посилань

1. Офіційний сайт Сільпо [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://silpo.ua/> (дата звернення 01.12.2021)
2. Офіційний сайт АТБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atbmarket.com/uk> (дата звернення 01.12.2021)
3. Офіційний сайт Ашан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://auchan.ua> (дата звернення 01.12.2021)
4. Офіційний сайт Метро С&С [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.metro.ua> (дата звернення 01.12.2021)

Грицаюк В. Ю., студентка 4 курсу
 Донецький національний університет економіки і торгівлі
 імені Михайла Туган-Барановського, hrytsaiuk@donnuet.edu.ua
Науковий керівник: Лохман Н. В., д-р екон. наук
 Донецький національний університет економіки і торгівлі
 імені Михайла Туган-Барановського, lokhman@donnuet.edu.ua

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РОЗМІЩЕННЯ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ

Бенчмаркінг в Україні має великі перспективи, оскільки на сучасному етапі розвитку світової економіки він є одним із найбільш ефективних інструментів, який сприяє подоланню відставання від конкурентів на основі порівняння й аналізу своєї діяльності з діяльністю найбільш успішних підприємств. Залучення досвіду інших підприємств дає змогу активізувати організацію бізнес-процесів, мінімізувати витрати, збільшити прибуток, оптимізувати управлінську структуру і, як результат, підвищити ефективність діяльності підприємства.

Бенчмаркінг (benchmarking) трактується як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації порівняно з першокласними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку [1].

Досліджувальним підприємством виступає готель «Європейський», який розташований у центрі Маріуполя, близько до пляжів Азовського моря, цей готель також має ресторанне господарство та інфраструктуру розваг. Рівень якості готельних послуг та цін за проживання мають достатньо широкий діапазон. Цей готель входить до 10 кращих готелів міста Маріуполь [2].

В якості конкурентів-еталонів було обрано готелі м. Маріуполь: готель «Спартак», готель «Колумб», готель «Колумб» (табл. 1).

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз (бенчмаркінг) діяльності підприємств-конкурентів готелю «Європейський» [2, 3]

№ п/п	Показники	Експертна оцінка (бали 1-10)			Відхилення	Причина
		готель «Європейський»	Підприємство-конкурент			
			Назва	Бали		
1	2	3	4	5	6	7
1	Частка ринку	4	готель «Спартак»	9	-5	Відсутність моніторингу за зміною уподобань споживачів
2	Якість послуг	8	готель «Колумб»	7	1	Використання удосконаленої технології; кваліфікований персонал
3	Ціна послуги	6	готель «Посейдон»	8	-2	Постійний ріст цін на послуги
4	Рентабельність послуг	4	готель «Посейдон»	8	-4	Високі витрати на реалізацію послуг
5	Цифрові технології	8	готель «Посейдон»	9	-1	Постійне впровадження в операційний процес нових інформаційних технологій
6	Рівень продуктивності праці	7	готель «Колумб»	7	0	Вдала система мотивації персоналу
7	Обсяг продаж	8	готель «Спартак»	10	-2	Гарні відносини зі споживачами, наявність статусу «постійний клієнт»
8	Розташування готелю	7	готель «Спартак»	7	0	Вдале розташування
9	Якість менеджменту	6	готель «Спартак»	7	-1	Працюють досвідчені кваліфіковані керівники

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
10	Інновації	4	готель «Посейдон»	8	-4	Реагує на зміну уподобань споживачів, але розширює свій асортимент послуг недостатньо
11	Імідж фірми	7	готель «Посейдон»	10	-3	Не достатньо уваги приділяється маркетинговій діяльності
	Разом	69		90	-21	

В результаті проведеного бенчмаркінгу було виявлено, що діяльність готелю «Європейський» є недостатньо успішною, тому необхідно звернути увагу на покращення усіх напрямів діяльності крім якості послуг, які мають показники експертних оцінок більше ніж еталон - готель «Колумб».

Перелік посилань

1. Навольська Н.В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств [Текст] // Навольська Н.В. Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 6. – С. 79-82.
2. Гостиница «Европейская» г. Мариуполь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://european.com.ua>.
3. Про місто. Інформаційна карта міста. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mariupolrada.gov.ua/directory/map>.

Грицик Г. Ю., здобувач вищої освіти групи гр. МЕД-211
 Національний університет «Чернігівська політехніка», ann.hrytsyk@gmail.com
Науковий керівник: Самко О. О., канд. екон. наук, доц. кафедри ТПЕ
 Національний університет «Чернігівська політехніка», oasamko@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ВАНТАЖНОГО АВТОТРАНСПОРТУ НА ДОВКІЛЛЯ

Споживання природних ресурсів зростає з кожним роком, а темпи їх виснаження набагато перевищують темпи відновлення природних екосистем. Поряд з цим спостерігається посилення антропогенного навантаження, яке набуває значних масштабів. Тому перед людством постає важливе питання, як саме запобігти глобальним проблемам, які на даному етапі ще можна відвернути та попередити. На допомогу у вирішенні такого складного завдання приходить розуміння та вивчення сили впливу тих чи інших факторів на довкілля. Важливо визначити, як конкретна галузь національної економіки впливає на навколишнє природне середовище, та наскільки цей вплив є масштабним. Відомо, що значний негативний вплив на довкілля здійснює транспортна галузь, зокрема: вантажний автотранспорт. За даними Української статистичної служби кількість активних транспортних підприємств в Україні за останні п'ять років збільшилась на 21% [1]. Це означає, що актуальність екологізації вантажного автотранспорту набирає великих обертів та стає проблемою сьогодення.

В Україні досі не врегульоване питання щодо екологічних категорій та класності транспортних засобів. Загальновідомо, що в Євросоюзі ще за Женевською конвенцією було встановлено норми викиду вихлопних газів та перші категорії Євро (Євро 0). Для того, щоб транспортні засоби відповідали вимогам, виробники почали випускати авто виключно із системою очищення вихлопних газів SCR (з використанням реагента AdBlue), а також із сертифікатами відповідності Євро-стандартам.

На даний момент перевізники не мають жорстких обмежень на території України. Велика кількість приватних підприємців використовує у своїй діяльності по-перше застарілі транспортні засоби, а по-друге, через несприятливі умови малого бізнесу, «їздять

із переважанню», тим самим викликаючи ще більший ряд проблем (вдвічі збільшується викиди у атмосферу через збільшення витрат паливно-мастильних матеріалів, руйнування доріг та ін.).

Завдяки великій кількості перевізників, які переважно спрямовують свою діяльність до країн Євросоюзу (дотримуючись еконорм, встановлених на цій території), Україна мимоволі переймає концепцію класності вантажного автотранспорту та тим самим (пасивно) підтримує екосистему.

Існує ще одна проблема, пов'язана з вантажним автотранспортом, – це утилізація автомобільних шин. Загальносвітові запаси зношених автомобільних шин складають близько 25 млн. т, а щорічний приріст становить не менше 7 млн. т., тобто згідно прогнозу, в найближчі роки проблеми утилізації гумових відходів будуть лише поглиблюватися [2]. Так як основним засобом перевізника є вантажівка, то разом зростає і споживання шин. На противагу вищесказаному відмітимо, що потужність виробництва підприємств-переробників навіть не перевищує 50% - це підтверджує актуальність нашого питання [3]. Такий відсоток вказує на недосконалість та неефективність системи збору шин, а також відсутність правового регулювання щодо стимуляції переробки шин.

Наявний досвід свідчить, що найбільш поширеними методами перероблення і утилізації шин є: 1. Спалювання з отриманням енергії, найбільш популярне спалювання їх в цементних печах і енергетичних установках: котлах, печах для вироблення теплової і електричної енергії. 2. Механічне подрібнення, результатом якого є гума крихта та порошок, які використовуються для заміни натурального і синтетичного каучуку при виготовленні полімерних сумішей і будівельних матеріалів. Також, одним із видів механічного перероблення шин є криогенне охолодження шин з подальшою переробкою в крихту, порошок та озонні технології перероблення шин потоком озону, кінцевим результатом якої є також механічне подрібнення шин. 3. Відновлення шин для вторинного використання. 4. Піроліз автопокришки під впливом тепла [4].

З перероблених шин можна отримати велику кількість додаткових благ таких, як: енергія, гума крихта (використовується як добавка у будівельних цілях та асфальтного покриття), мазут, металокорд та інше [3].

Десятиліттями спалювання шин представляє собою недорогий спосіб отримання енергії. В процесі горіння утворюються речовини першого-третього класів небезпеки, які є найсильнішими канцерогенами, тому їхня наявність свідчить про серйозну загрозу навколишньому середовищу та здоров'ю людини [4]. Таким чином, саме при утилізації шин виникає велика небезпека забруднення довкілля.

Для покращення екологічного стану в цій сфері, тобто мінімізації негативного впливу вантажного автотранспорту на довкілля, потрібно вирішити одне з головних питань - це покращення умов для малого та середнього бізнесу, а саме через:

- введення правил та норм екологічності транспортних засобів, а також введення контролю та деякого обмеження для «старого» автотранспорту[3];

- введення ефективної системи поведінки зі спожитими шинами[4];

- введення нормативних актів щодо регулювання та стимулювання переробки шин безпечними методами;

- зменшення податкового тягара.

Завдяки цим заходам у підприємців з'являться кращі умови господарювання, підвищиться рівень мотивації до оновлення автопарку, до придбання більш досконалих та безпечних для довкілля основних засобів та застосування безпечних методів переробки шин. Врешті-решт, це дасть змогу знизити занадто велике антропогенне навантаження на довкілля з боку транспортної галузі, зокрема вантажного автотранспорту.

Перелік посилань

1. Державна служба статистики. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики // Архів – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Кропивний В.М. Утилізація гумових виробів [Електронний ресурс] / Кропивний В. М., Медведєва О. В. // Кропивницький. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9041/3/%D0%A3%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D1%82%D0%B0%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2.pdf>.

3. Губатюк М.В. Проблеми утилізації шин та використання продуктів технологій їх переробки [Електронний ресурс] / Губатюк М.В., Титаренко В. Є. // Житомирський державний технологічний університет. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/17.pdf>.

4. Клімішина М. Т. Стан та перспективи розвитку технологій переробки шин та їх вплив на довкілля [Електронний ресурс] / Клімішина М. Т. // Технологический аудит и резервы производства. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2016_6%282%29__11.

Гришина Д. С., здобувачка вищої освіти, гр. МР-191
НУ «Чернігівська політехніка», darinagr900@gmail.com

Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

МОЖЛИВОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Українці все частіше замислюються про те, як відкрити власну справу. Однак недосвідченим бізнесменам непросто досягти успіху, навіть якщо у них є чудова ідея. Тому підприємцям початківцям фахівці рекомендують звернути увагу на модель франчайзингу. Це дозволяє за відносно невеликі гроші отримати доступ до вже перевіреної стратегії ведення того чи іншого бізнесу під наглядом досвідчених наставників.

Франчайзинг – це бізнес-модель, яка дозволяє бізнесу працювати під брендом іншого бізнесу.

Франчайзі – це індивідуальний підприємець або підприємство, що укладає угоду з франчайзером про продаж своїх товарів або послуг протягом певного періоду в обмін на оплату франчайзеру.

Франчайзер продає права та укладає договір з франчайзі на певний період часу. Франчайзер контролює назву, бренд, інтелектуальну власність та бізнес-систему.

Франчайзинг вважається зручною та ефективною моделлю для розвитку малого та середнього бізнесу.

У світі та Україні, не дивлячись на коронакризу та випробування, які пов'язані з нею, ринок франчайзингу не занепадає, а навпаки – розвивається [1]. Щодо галузей економіки України, то практично у всіх присутній франчайзинг. До найпопулярніших сфер належить громадське харчування, салони краси та туристичні агентства, медицина.

Дивлячись на динаміку зростання франчайзерів в Україні з 2009 по 2021 рік, можна зробити висновки, що дана сфера тільки набирає обертів в країні.

До найвигідніших франшиз на українському ринку можна віднести:

- Білий Налив – це місце про маленькі гріхи, які варто собі дозволити, та про спокусу, яка керує вашим апетитом. Це просто потрібно відчути. Бажання, яке виникає, коли ви думаєте про склянку холодного яблучного сидру з бульбашками. Інвестиції: 60000 \$ – 80000 \$. Початковий внесок: 20000 \$. Роялті: 5%. Точка беззбитковості: 12-24 місяці. Мінімальна площа: 50-150 м².

- GRILL PUB – міжнародна мережа гриль-ресторанів, представлених у двох форматах: стаціонарні ресторани та заклади фудкорту в торгових центрах. Особливістю закладів мережі є відкритий мангал в холі. Гості можуть спостерігати приготуванням страв. Інвестиції: 590000-750000 грн. Роялті: 2%. ROI: 6 місяців. 21 діючий проєкт.

- FreshLine – це національна франчайзингова багатоформатна мережа високоприбуткових кафе швидкого харчування, що пропонує фірмові сендвічі з завжди свіжих інгредієнтів, забезпечуючи привітне обслуговування гостей. Сендвіч-бар FreshLine вийшов на український ринок громадського харчування як гідна альтернатива існуючим ресторанам швидкого харчування, запропонувавши нову концепцію організації громадського харчування. Інвестиції: \$15000 – \$50000. Початковий внесок: \$4500 – \$12000. Роялті: 4%. 46 діючих проєктів.

- Львівські круасани – успішна національна мережа кафе швидкого харчування в Україні. Пекарня «Львівські круасани» стала трендом №1 на ринку фаст-фуду. Бестселерами франчайзингового кафе стали фірмові круасани: Львівський, Галицький, Роял, Беф, Амстердам, Філадельфія з лососем, Круасан з тунцем, Круасан з моцарелою та трюфельним соусом та інші. Затишний інтер'єр, дбайливе обслуговування, незвичайний смак і аромат свіжої випічки і середній чек в 3 долари виділяють цей формат серед інших подібних. Інвестиції: 30000 \$. Вступний внесок: 9000\$. Роялті: 3%. 85 діючих проєктів. [2]

До тенденцій, які не покинуть Україну ще довгий час можна віднести:

- спрощена модель ведення франшизи: формат – суши-ресторан, а франшиза – суши-шоп без посадкового місця, тільки з доставкою;

- зростання соціальних франшиз – саме дана сфера витримує кризові періоди;

- зростання проєктів у сфері ІТ, фармації та виробництві продуктів харчування. [4]

Сфера франчайзингу в Україні не планує занепадати, навіть через всі економічні наслідки спричинені коронавірусною інфекцією. За час карантину, підприємці почали цікавитись сервісами адресної доставки продуктів та франшизами в медичній сфері, як варіантом безпечного ведення бізнесу.

Перелік посилань

1. What is franchising? Business: веб-сайт. URL: <https://business.gov.au/planning/business-structures-and-types/franchising/franchises>.

2. Catalog of franchises in Ukraine. franchising in eastern europe. Proriat : веб-сайт. URL: <https://proriat.com/catalog-of-franchises-in-ukraine-franchising-in-eastern-europe>.

3. ТОП Франшизы 2021 – самые выгодные франшизы в Украине. InVenture: веб-сайт. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/top-franshizy-2021-samye-vygodnye-franshizy-v-ukraine>.

4. Кирилова С. Ринок франчайзингу: Україна, світ і сучасні виклики. Бізнес район: веб-сайт. URL: <https://business.rayon.in.ua/topics/388143-rinok-franchaizingu-ukrayina-svit-i-suchasni-vikliki>.

Гришко І. Г., ЗВО 3 курсу гр. МР-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», grishkoo882@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»,
svetlana.polkovnichenko@gmail.com

МОЖЛИВОСТІ І ЗАГРОЗИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Провідним трендом нинішнього етапу розвитку економіки всіх країн світу є активне поширення цифрових, інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток цифрової економіки, що, в свою чергу, стає причиною для змін в середовищі господарювання, ведення бізнесу, роботи підприємств та способів здійснення транзакцій. Такі зміни знайшли віддзеркалення безпосередньо й на основних завданнях функціонування підприємств, а саме управління бізнесом, забезпечення конкурентоспроможності, впровадження цифрових інструментів управління та сучасних інформаційних технологій.

Цифрова трансформація – це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Цей підхід передбачає не тільки встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, а й фундаментальні зміни у підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій. У результаті підвищуються продуктивність кожного співробітника та рівень задоволеності клієнтів, а компанія набуває репутації прогресивної та сучасної організації [1]. Інакше кажучи, це перехід на цифрові послуги. Наприклад, якщо у вас є бізнес, скажімо перукарня, ви записуєте клієнтів, використовуючи інструменти та сервіси CRM-систем. Це важливо, адже так ви зможете отримувати детальну статистику про свої витрати, прибутки, починаєте бачити портрет вашого клієнта, що є надзвичайно необхідним в умовах сучасної ринкової конкуренції.

Цифровізація має різноманітні форми прояву в сфері економіки. Серед найбільш явних із них варто відзначити: розвиток підприємств сфери електронної промисловості, виробництва мікрочіпів, комп'ютерів, телекомунікаційних пристроїв, електроніки побутового призначення тощо, а також підприємств, які надають послуги в області цифрових технологій [2].

До головних переваг цифровізації можна віднести наступні фактори:

- створення умов для спрощення процедур торгівлі та електронних ділових операцій на міжнародному ринку;
- можливість бути на крок попереду, на відміну від тих компаній, які не використовують можливості цифровізації;
- автоматизація базових рутинних професій;
- можливості у сфері креативності, адаптивності та відповідальності за прийняття рішень залишаються за людиною;
- висока доступність інформації та широкий спектр можливості її застосування;
- підвищення продуктивності за рахунок скорочення часу та оптимізації ресурсів компанії, коли система робить ту саму роботу швидше за людину. [3].

Разом з тим залишається невирішеною низка проблем, пов'язаних з перспективами розвитку бізнесу в умовах цифрової трансформації:

- підвищення рівня соціального розшарування та класової нерівності, адже далеко не всім доступна можливість скористатися перевагами цифровізації;
- нові технології цифровізації з кожним роком кидають все більше викликів базовим професіям, що призводить до зменшення кількості робочих місць та, як наслідок, безробіття;
- загроза праву інтелектуальної власності;
- загроза тотального контролю над споживачами та маніпулятивні дії по відношенню до них;
- витік цінної конфіденційної інформації та понесення величезних збитків у разі злому хмарних сховищ [3].

Для того щоб мінімізувати дані загрози необхідно посилювати кібербезпеку, приймати зважені рішення щодо розвитку цифровізації підприємства та його адаптації до нових умов.

Підприємства, націлені на успіх і розвиток та підтримання гідного рівня конкурентоспроможності, зобов'язані приймати виклики сучасної економіки – лише у такому разі вони можуть стати лідерами. Саме в цьому їм допоможе цифрова трансформація.

Перелік посилань

1. Как цифровая трансформация поможет развитию вашей организации? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua/page/ru/digital-transformation> (дата звернення 30.11.21).
2. Пугачевська К.Й. Цифровізація економіки як фактор підвищення конкурентоспроможності країни / К. Й. Пугачевська, К. С. Пугачевська // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип.25. С.39-45 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/9.pdf (дата звернення 30.11.21).
3. Мельничук Г.С. Цифровізація економіки: можливості та загрози для ефективного функціонування підприємств / Г. С. Мельничук, В. О. Мамалига // Приазовський економічний вісник. – 2020. – Вип. 2 (19) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/23.pdf (дата звернення 30.11.21).

Гришко І. Г., здобувачка вищої освіти, гр. МР-191
НУ «Чернігівська політехніка», grishkoo882@gmail.com
Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УНІКАЛЬНОЇ ТОРГОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ

В умовах перенасичення світового ринку товарами та послугами, підприємствам з кожним роком необхідно прикладати все більше зусиль для того, щоб виділитися серед конкурентів, залучати інтерес нових споживачів та не втрачати вже наявних. Виробники спрямовують свої зусилля на диференціацію асортименту товарів, щоб мати унікальну торгову пропозицію та на її основі здійснювати позиціонування продукції у свідомості споживачів.

Позиціонування - це розробка пропозиції і образу бренду, які спрямовані на формування або закріплення конкурентної позиції бренду на певному ринку. Позиція бренду повинна бути чітко сформульованою і непохитною. Головна ціль позиціонування – диференціюватися на тлі конкурентів, і зміцнити власні позиції [1]. Маркетингове позиціонування є стратегічним вибором для підприємства з метою надання його комерційній пропозиції відповідної, привабливої та відмінної від конкурентів позиції. Маркетингове позиціонування має відповідати запитам цільової аудиторії. Стратегія позиціонування, заснована на перевагах і споживчих вигодах, забезпечує переважне становище бренду на ринку, а також є елементом ідентифікації товару в свідомості споживач [1].

Оформлення процесу позиціонування пропозиції, бренду чи продукту все частіше очікується від відділів маркетингу. Етап позиціонування в процесі маркетингу є одним з найважливіших, поряд із сегментацією. У цьому процесі суттєві три складові: ступінь важливості очікувань цільового ринку, точна оцінка конкурентних відмінностей пропозиції та просте коротке визначення позиціонування [2]. Ідеально, коли при виникненні потреби в певному товарі, споживач одразу пригадує торгову марку через певні асоціації.

Щоб не помилитися під час здійснення позиціонування необхідно рухатися за алгоритмом. Спочатку варто визначити характеристики цільового ядра, наприклад для широкої громадськості: вік, стать, сімейний стан та роль у суспільстві. Потім необхідно визначити основні очікування щодо продукту чи бренду від цільового сегменту. Паралельно з цим треба перерахувати переваги товару чи бренду, наприклад: зручність використання, технологічні інновації, ергономічність. Важливо переконатися, що ці переваги, з одного боку, очікуються насамперед цільовою аудиторією, а з іншого боку, асоціюються ринком з брендом або продуктом. Потім це записується одним реченням, яке синтезує відмінні чи ексклюзивні властивості бренду. Заключним, але не менш важливим етапом є обґрунтування позиціонування, надавши відчутні докази, такі як, наприклад, результати тестів, рекомендації клієнтів, тощо. Однією із найважливіших складових позиціонування є унікальна торгова пропозиція.

Унікальні торгові пропозиції (УТП) – видатні характеристики продуктів або брендів, на основі яких маркетологи створюють рекламні кампанії. Якщо розглядати з точки зору споживачів, то УТП – це певний опис товару, за який споживач повинен купити продукт конкретного суб'єкта ринку, а не конкурента зі схожим асортиментом [3].

Унікальна торгова пропозиція – це серце будь-якого бізнесу. Це те, навколо чого крутиться вся маркетингова стратегія, що допомагає відрізнятись від конкурентів і зайняти їх частину ринку. Чим чіткіше сформульована унікальна торгова пропозиція, тим легше потім просувати бренд. Крім того, концепція УТП важлива для кожного співробітника компанії, який повинен чітко розуміти, з чим він працює, куди спрямовуються їхні зусилля, та якими характеристиками необхідно наділити продукцію, щоб виокремлюватися.

Концепція унікальної торгової пропозиції базується на таких принципах:

- кожна продукція повинна пропонувати певну вигоду споживачеві;
- ця перевага має бути унікальною для рекламованих продуктів;
- ця перевага має бути достатньо значною, щоб змусити споживача посилатися на цей продукт [3].

Унікальна торгова пропозиція – це інструмент маркетингу, який сам по собі є потужним стимулом для інновацій. Необхідно продумати, які емоційні вигоди для споживача несе придбання саме вашого товару. Це може бути клієнтський сервіс, система лояльності, лідерство в галузі, легенда бренду, специфічність ніші, цікаве пакування, доставка в найкоротші строки та інші унікальні якості, які вигідно відрізняють бренд від його конкурентів. Важливо пам'ятати, що унікальна торгова пропозиція не з'являється в головах маркетологів з нізвідки. Це результат довгої, цілеспрямованої та наполегливої роботи.

Перелік посилань

1. Дитяшова І. 8 Переможних стратегій позиціонування бренду. Koloro. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/8-vyuiigryishnyih-strategiy-pozitsionirovaniya-brenda.html>.

2. Аркуш 01: Метод позиціонування. URL: <https://www.e-marketing.fr/Thematique/academie-1078/fiche-outils-10134/methode-positionnement-206790.htm>.

3. Що таке унікальна торгова пропозиція? Приклади створення УТП. URL: <https://www.interkassa.com/ua/blog/chto-takoe-unikalnoe-torgovoe-predlozhenie-primery-sozdaniya-utp>.

Дегтяренко Д. Ю., студентка гр. ЗММРп-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», dana08081999@gmail.com

Науковий керівник: Рябова Т. А., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», riabova_tetiana@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В АВТОМОБІЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

На сьогоднішній день автомобільна індустрія переживає значні маркетингові зміни. Ми живемо в той час, коли все навколо змінюється з великою швидкістю, впливаючи на різних складових нашого життя. Цифрова трансформація розгалужується на фінансові, виробничі і соціальні системи. Постійний прогрес змінює напрямком автомобільного бізнесу в усьому світі.

Сучасні споживачі звертаються до цифрових платформ для дослідження своїх автомобілів. Фактично Autotrader стверджує, що більше 70% мілленіалів (покоління, до якого зазвичай прийнято відносити людей, які народилися у період з 1981 по 1994—2000 роки) вважають, що технології та інформаційно-розважальні функції необхідні при покупці автомобіля. 61% покупців автомобілів проводять свої дослідження за допомогою відео. Автомобільному бізнесу для заохочення нових покупців знадобляться передові ідеї цифрового маркетингу.

Як і будь-яка інша індустрія, автомобільний сектор, цього року зазнає помітних перетворень. У тенденціях автомобільної галузі відбуваються постійні зміни, і компанії мають відслідковувати їх, щоб залишатись актуальними і конкурентоспроможними.

Креативні стратегії автомобільного маркетингу із залучення сучасних покупців у 2021 році:

1. Мобільна оптимізація

З кожним роком все більше людей звертаються до свого мобільного пристрою, щоб здійснити покупку. Таким чином, розміщення мобільної реклами може бути дуже вигідним, це може призвести до збільшення конверсії до 45%.

2. Складання шляху клієнта до покупки

Дорога до покупки може тривати від 5 до 12 тижнів. Дорога до покупки починається з того, що покупець починає шукати моделі в Інтернеті. Потім вони аналізують вибір на основі думок та відгуків в інтернеті. Далі вони приїжджають до автосалону, щоб зробити тест-драйв автомобіля, подивитися на комфортність автомобіля. Потім покупець робить остаточний вибір, яку модель хоче обрати. Отже, важливо утримувати клієнта на правильному каналі, у потрібний час та у потрібному місці знати психологію споживача товару, методи впливання на покупців, рекламування товару та нагадування про свій товар.

3. Високий рівень обслуговуванні клієнтів

Серед автомобільних компаній зростає конкуренція, яка базується на рівні сервісу. Дослідження показало, що більшість споживачів були готові платити дилерам більш високі ціни через їх обслуговування клієнтів. Отже, потрібно звернути увагу на рівень обслуговування в дилерському центрі, додаткові картки з накопичувальною системою знижок, подарунки до дня народження постійних клієнтів, звернути увагу на комфорт автосалону для очікування.

4. Відео – огляд

Відео носять інтерактивний характер та можуть складати гарну інформаційну основу щодо товару. Ці відео створені з урахуванням індивідуальності аудиторії, яку вони обслуговуватимуть. Більшість покупців автомобілів дивляться відео на YouTube, щоб прийняти рішення про покупку. Тому бренди повною мірою використовують такий засіб комунікації, щоб висвітлити переваги їх продукції.

5. Використання месенджерів

Найкращими програмами для обміну повідомленнями будуть Telegram, Viber, Facebook Messenger. Автосалон повинен йти в ногу з тенденцією та розглянути можливість спілкування зі своєю аудиторією через ці платформи. Ці програми ефективніші, ніж електронні листи та смс, тому що у них більш висока швидкість відгуку. Однак при використанні, компанії повинні відповідати вимогам GDPR.

6. Формуйте унікальні пропозиції

Чому я повинен купувати автомобіль у вас, а не в сусідньому автосалоні або не в тому, що має зручніше розташування та нижчі ціни? Найважливішою частиною реклами продажу авто та маркетингової стратегії є переконання потенційних клієнтів у тому, що вони мають віддати перевагу вам конкурентам.

Наприклад, ви можете запропонувати всім покупцям нових автомобілів знижку 5% або безкоштовну заміну олії протягом перших двох років. Споживчі мотиви можуть ґрунтуватися на створенні почуття терміновості: люди повинні купити у вас автомобіль, перш ніж закінчить дію спеціальна обмежена за часом пропозиція.

7. Високі технології для взаємодії із клієнтами.

Нові технології надають унікальні засоби взаємодії з аудиторією. Здатність AR і VR створювати іммерсивний досвід дає брендам можливість фактично садити людей у свої машини та дозволяти їм випробувати це відчуття захоплення без будь-якого фізичного контакту. Уявіть, які масштаби це дає автомобільної промисловості.

Коли Porsche випустив свій Panamera 4 E-Hybrid, він запустив кампанію VR по всьому світу, щоб клієнти могли випробувати відчуття автомобіля. Бренд добре знав, що не всі будуть мати доступ до технології віртуальної реальності, і тому випустив 5000 обмежених випусків картонних в'юерів Google під брендом Porsche. Їм вдалося створити повноцінний досвід віртуальної реальності навіть для тих, хто не мав цієї технології. Ці картони були надіслані впливовим особам, прихильникам Porsche та потенційним покупцям. Завдяки цьому автомобільна маркетингова кампанія мала великий успіх.

Перелік посилань

1. Семененко Т. М. Стратегії інтернаціоналізації автомобільних ТНК в умовах глобальної фінансово-економічної нестабільності [Текст] // БІЗНЕСІНФОРМ, №7 (488). - 2018. - С. 20-27.
2. Мусалов А., Тараненко О. Бренды, изменившие мир [Текст] / А. Мусалов, О., Тараненко. – М.: Изд-во «ЭКМО», 2014. – 368 с.
3. Єліна О. 6 основних маркетингових тенденцій, що впливають на автомобільний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.automoto.ua/automotive-marketing-trends-ukr>.
4. Virtually Porsche [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shortyawards.com/8th/virtually-porsche>.

Дейсун Д. Р., студент групи 23-Мсу

Лозівська філія ХДАДК, vadimRed741@gmail.com

Науковий керівник: Лабінцева О. П., викладач екон. дисциплін I категорії

Лозівська філія ХДАДК, labintseva1981@gmail.com

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

Використання цифрових технологій в бізнесі стало особливо актуальним з моменту появи COVID-19. Пояснюється це тим, що подібні рішення дозволяють максимально убезпечити клієнта під час покупок.

Дивлячись на те, що відбувається можна зробити висновок, що ІТ-технології допомагають компаніям стати на ноги під час кризи. До того ж, деякі рішення автоматизують завдання організації в різних сферах, тим самим полегшуючи роботу співробітникам. Ця стаття детально розкриє тему Впровадження інформаційних технологій в архітектуру бізнесу та потенційної користі від такого кроку.

В даний час головна мета просування інформаційних технологій в бізнесі — створення ІТ такого рівня, який дозволить вирішувати будь-які стратегічні завдання, реалізовувати інформаційні системи управління процесами (ІСУП) і підтримувати прийняття ділового рішення (ІСППР).

При створенні нових інформаційних систем головним орієнтиром є можливість найбільш повного задоволення індивідуального користувача, всебічна підтримка прийнятих ним рішень. Користувач в даній ситуації є активною фігурою просування ІТ. При його прямому контакті з розробником у розвитку ІТ досягається високий результат, що задовольняє обидві сторони. При цьому відбувається як централізована, так і децентралізована обробка даних, акцентована на вирішенні проблем локального характеру і взаємодії з базою даних на робочому місці індивідуального користувача.

На сьогоднішній день використання інформаційних технологій в бізнесі націлене на масову і оперативну обробку інформації. Вони повинні допомагати керівнику компанії в прийнятті раціональних рішень, захищати його від можливих несподіванок мінливого ринку, створювати умови для конкурентоспроможної боротьби і успіху в кінцевому підсумку. Найвідоміші і поширені технологічні засоби розвитку ІТ в даний період «Internet / Intranet» («новітні») технології. Розподілені системи, глобальні, регіональні, локальні мережі активно застосовуються в різних сферах техніки, науки, виробництва, бізнесу. Модернізація внутрішньої структури ІС і створення мікропроцесорного ядра призвели до серйозної еволюції засобів зв'язку та побутового та культурного призначення. Швидкість реакції на зовнішні зміни тісно пов'язана з узгодженою взаємодією між спеціалізованими відділами і службами. У разі двостороннього безперервного спілкування та обміну інформацією вони можуть діяти ефективно і оперативно в різних сферах.

Застосування інформаційних технологій в бізнесі створює умови для управління і координації великих обсягів інформації. Це якісно покращує показники діяльності менеджера. Керуючи безперервним потоком інформації, своєчасно отримуючи відомості з першоджерел, прогресивно розвивається компанія може зробити прорив в будь-якій сфері бізнесу, на відміну від фірм, які не приділяють належної уваги розвитку ІТ.

Застосування інформаційних технологій підвищують мобільність бізнесу. Одна з гілок застосування інформаційних технологій в бізнесі — це сучасний безперебійний зв'язок в будь-якій географічній точці світу. Можливість тримати ситуацію під контролем і оперативно вирішувати ключові управлінські питання — вельми цінна якість для будь-якого керівника. Ніяких перешкод для переміщення співробітників в межах міста, регіону, країни, світу не існує, коли є єдиний багатоканальний офісний телефон. До цього слід додати широко використовувані зараз нові технології по об'єднанню офісної телефонії, бездротового і мобільного зв'язку-системи, які забезпечать організацію бездротових каналів зв'язку за стандартом DECT або Wi-Fi і їх інтеграцію в корпоративну телефонну мережу по Інтернет-протоколу (IP).

Криза значно стимулювала розвиток ІТ також і в роздрібній торгівлі. В даний час в цьому секторі роль інформаційних технологій в бізнесі найбільш очевидна. Застосовуючи ІТ, підприємства в сфері торгівлі мають можливість знизити витрати і ефективно взаємодіяти зі споживачами.

Перелік посилань

1. Галузинський Г. П. Інформаційні системи у бізнесі. Практикум для індивідуальної роботи: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / Галузинський Г. П., Денісова О. О., Писаревська Т. А. – К.: КНЕУ, 2008. – 524с.
2. Клімушин П. С. Інформаційні системи та технології в економіці: навч. посіб. / П. С. Клімушин, О.В. Орлов, А.О. Серенок. — Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. – 448 с.
3. Макаревич Т. А. Інформаційні системи і технології в економіці та управлінні: Навч. посібник. — Алчевськ: ДонДТУ, 2007. – 368с.

Довгопол Н. Г., здобувач вищої освіти групи МЕД-211

Національний університет “Чернігівська політехніка”, nadinka18022001@gmail.com

Науковий керівник: Самко О. О., канд. екон. наук, доц. кафедри ТПЕ

Національний університет “Чернігівська політехніка”, oasamko@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Наразі в Україні загострилася проблема родючості ґрунтів. Погіршуються фізико-хімічні властивості ґрунту, збільшуються зони деградації, забруднені стічними водами та хімічними сполуками. Тому якнайшвидше потрібно знайти той ефективний механізм, який би без значних витрат дозволив би досягти вже в короткостроковому періоді підвищення екологічності сільського господарства. Найбільш дієвим, всеохоплюючим та працюючим на перспективу є механізм екологізації.

Екологізація є напрямом розвитку сільського господарства, що базується на освоєнні екологічних методів господарювання, забезпечує розширене відтворення природних і антропогенних ресурсів за рахунок формування стійких еколого-економічних систем, спрямованих на збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції через створення стійкого агроландшафту за використання екологічних методів господарювання на основі впровадження адаптивно-ландшафтних систем землеробства, раціонального залучення до господарського обороту і підвищення ефективності використання природних, матеріальних і трудових ресурсів сільської місцевості [1].

Агропромисловий комплекс є одним із найважливіших факторів впливу на навколишнє середовище. Особливістю його впливу на навколишнє середовище є передусім сільськогосподарське використання великих територій [2].

Для підвищення продуктивності оброблюваних земель в сільському господарстві використовують мінеральні та органічні добрива. За даними Державної служби статистики України під урожай сільськогосподарських культур та багаторічних насаджень у 2020 р. підприємствами було внесено 2779,7 тис. тонн мінеральних добрив (у поживних речовинах) на площу 16402,2 тис. га. Частка удобреної площі склала 85,6%. У середньому по Україні було внесено по 67 кг мінеральних добрив (у поживних речовинах) у розрахунку на 1 га уточненої посівної площі сільськогосподарських культур [3]. Найбільше мінеральних добрив було внесено під урожай сільськогосподарських культур у Вінницькій (187,6 тис. т) та Чернігівській (186,0 тис. т), а найменше у Закарпатській (2,8 тис. т) та Чернівецькій (12,2 тис. т) областях [4]. Органічних добрив під урожай сільськогосподарських культур та багаторічні насадження у 2019 р. було внесено 10,2 млн. тонн на площу 10600 га. У середньому по Україні на 1 га уточненої посівної площі їх було внесено по 576 кг. Частка удобреної площі склала 18,4 % [3]. Найбільше органічних добрив було внесено під урожай сільськогосподарських культур та

багаторічних насаджень в Київській (1522,2 тис. т), Полтавській (1054,8 тис. т), Черкаській (913,3 тис. т) областях, а найменше в Чернівецькій (55,6 тис. т) і Луганській (75,6 тис. т) областях [4]. Такі дані свідчать про значне переважання використання мінеральних добрив у сільськогосподарському виробництві, а як відомо, саме вони чинять найбільш негативний вплив на стан та якість ґрунтів.

Отже, показники внесення мінеральних та органічних добрив у ґрунт дають можливість оцінити тиск на навколишнє середовище. Нинішній рівень застосування добрив не забезпечує потреб сільськогосподарських культур для формування врожаю, а отже, використовується недостатня кількість поживних речовин з ґрунту, тобто значна частина врожаю формується за рахунок втрати природної родючості, що призводить до поступового виснаження ґрунту. Як наслідок, останніми роками спостерігається від'ємний баланс гумусу та поживних речовин у ґрунті.

Таким чином, аналіз даних про внесення мінеральних та органічних добрив дозволяє контролювати їх вплив на навколишнє середовище і розробляти стратегії боротьби з негативним впливом добрив на довкілля.

Сільське господарство є однією зі сфер господарювання, де виробничо-господарська діяльність безпосередньо пов'язана з використанням природних ресурсів. Враховуючи особливості взаємодії цієї галузі виробництва з навколишнім середовищем і її прямиї зв'язок з якістю продукції, яка надається споживачам, засоби та методи такого виробництва повинні бути максимально безпечними та екологічно спрямованими.

Аналіз сучасного законодавства дав змогу виявити, що держава приділяє значну увагу екологізації саме аграрного виробництва.

Найбільш перспективними та конкретними нормами щодо заходів екологізації аграрного виробництва та стратегічних цілей держави щодо їх реалізації можна вважати норми, що закріплені в Законі України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року».

Основними напрямками екологізації сільського господарства в Україні мають стати наступні [5]:

- виведення частини угідь з інтенсивного сільськогосподарського обробітку;
- впровадження агротехнічних заходів, спрямованих на поліпшення родючості й відновлення ґрунту;
- забезпечення пріоритетності вимог екологічної безпеки у використанні земельних ресурсів над економічними інтересами;
- збільшення обсягів інвестицій в сільське господарство;
- використання ресурсозберігаючих технологій, зокрема, запропонованої у рослинництві ресурсозберігаючої технології No-Till, яка дозволяє знизити енергоємність, збільшувати утримання вологи в ґрунті, покращувати доступність води, знижувати ерозію ґрунтів;
- розвиток органічного сільського господарства.

Згідно із визначенням Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), No-Till, або ґрунтозахисне землеробство, – це концепція ресурсозберігаючого виробництва сільгоспкультур, мета якого – досягти прийняттого прибутку разом з високим рівнем самовідновлюваного виробництва, при одночасному збереженні довкілля [6].

Головними перевагами технології No-Till є такі: економія ресурсів, підвищення рентабельності сільського господарства, збереження і відновлення родючого шару ґрунту, зменшення або усунення ерозії ґрунту, екологічне управління бур'янами в посівах, підвищення зволоженості ґрунту, зниження залежності врожаю від погодних умов, збільшення врожайності культур, поліпшення якості зерна, агрокультура [6].

Однією з причин недостатнього поширення технології є відсутність значного досвіду, невизначеність перед впровадженням новітніх технологій, особливості ґрунтів тих земельних ділянок, на яких може бути застосована дана технологія, а також відсутність достатнього обсягу інформації щодо застосування даної технології. Однак, вже існує вдалий досвід застосування No-Till в Україні. До того ж деякі агрокомпанії готові співпрацювати з іншими сільгоспвиробниками

для того, щоб надати їм консультативну допомогу з поточним супроводом діяльності протягом певного періоду часу. Так, за даними [7] однією з таких компаній є ТОВ «Агро-Союз Проекти», яка має досвід впровадження новітньої технології в 6 країнах світу, де втілено в життя більше 100 агропроектів із впровадження ресурсозберігаючих технологій на площі понад 1,485 млн. га. Зараз у всьому світі більше 132 млн. га обробляється за технологією No-Till.

Отже, вагоме значення в умовах екологізації аграрного виробництва належить саме запобіганню втраті ґрунтової родючості, що потребує системного застосування комплексу організаційних, агротехнічних, меліоративних заходів. Базовим стратегічним принципом зазначеного комплексу є запровадження новітніх ґрунтозахисних екологічнобезпечних технологій вирощування сільськогосподарських культур, в основу яких покладено науково обґрунтовані сівозміни, адаптовані до природних економічних умов та регіональних особливостей. Запровадженню у практику господарювання екологічнобезпечних технологій сприятиме максимальна біологізація систем удобрення: розширення посівів багаторічних трав, сидератів, бобових культур, оптимізація у сівозмінах просапних культур.

Важливим напрямом екологізації використання земель сільськогосподарського призначення є впровадження сучасних технологій використання решток сільськогосподарського виробництва. Заміна синтетичних мінеральних добрив компостом збагачує ґрунт органічними речовинами та відіграє вирішальну роль у підвищенні його родючості [8].

Аграрне виробництво в Україні є одним з джерел забруднення навколишнього середовища шкідливими відходами, тому методи та технології, які використовуються в аграрному виробництві, повинні максимально зменшувати кількість шкідливих відходів, застосовуючи безпечну сировину, очисне устаткування, яке відповідає усім технічним вимогам, а в подальшому – перехід до новітніх екологічно безпечних технологій [5].

На жаль, українські виробники не мають належної аргументації до проведення екологізації виробництва, і тому суто державного контролю за процесом виробництва не достатньо. Таким чином, важливим напрямом на шляху екологізації сільськогосподарського виробництва є розробка мотиваційних інструментів та методів її здійснення.

Перелік посилань

1. Панько В. В., Бурлака Н. І. екологізація сільськогосподарського виробництва [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/33.pdf>.
2. Кірейцева О. В. Екологічні проблеми в сільськогосподарському виробництві [Електронний ресурс] / О. В. Кірейцева // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2016. – Вип. 244. - Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2016_244_32.
3. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2019 році. К. : Міністерство екології та природних ресурсів України – 2019. – 559 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua> .
5. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 16, ст.70. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>.
6. Технологія No-Till [Електронний ресурс] // ТОВ «Агро-Союз Проекти» – Режим доступу до ресурсу: http://www.agro-projects.com/ua/konsalting/pr_rast/technology.php.
7. ТОВ «Агро-Союз Проекти» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.agro-projects.com/ua/about/>.
8. Дюк А. А. Екологізація земельних ресурсів в умовах глобалізації: регіональний аспект [Електронний ресурс] / А. А. Дюк, Н. І. Бурлака // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2018. – Вип.10. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6604>.

Каштальян О. О., студент 5 курсу

Національний університет «Чернігівська політехніка», alex20002103@gmail.com

Науковий керівник: Зосименко Т. І., канд. екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», tetiana.zosymenko@gmail.com

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Сьогодні світ переживає безпрецедентні взаємопов'язані екологічні проблеми, включаючи зміну клімату, нестачу води, енергії, продовольства, скорочення біологічного різноманіття. Їх вирішення можливе тільки шляхом об'єднання зусиль бізнесу, держави та громадян для розробки загальної концепції ведення підприємницької діяльності, центральним ядром якої є усвідомлення унікальності й вичерпності природного багатства, розуміння складності взаємозв'язків між економічними й неекономічними ресурсами.

Роками в суспільстві плекалась ідея, що єдине, чим має опікуватися підприємство – це високі прибутки. При цьому самі підприємці забувають, що вони та їх родини також живуть у середовищі, яке змінюється під впливом їх діяльності (зокрема, через використання природних ресурсів та перетворення ландшафту; зміну клімату; добробуту місцевого населення через створення робочих місць тощо). Ефекти можуть бути як позитивними, так і руйнівними для довкілля. Це залежить від того, яку мету ставить перед собою бізнес у суспільстві та середовищі свого існування. Наразі все більше підприємств усвідомлюють, що успішно функціонувати та розвиватися можна тільки у сприятливому середовищі та обирають шлях соціально відповідального бізнесу, широко відомий як концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

З точки зору цієї концепції ведення бізнесу розглядається як повноцінний комплекс економічних, соціальних та екологічних складових, а не лише з точки зору отримання прибутку чи інших економічних вигод. Але це не означає, що відповідальне підприємництво несе лише зайві витрати. Насправді все більше досліджень [1] підтверджують вигоди від упровадження КСВ для компанії, а саме: ширший доступ до фінансів; управління ризиками й репутацією; людські ресурси; інноваційний та технологічний розвиток; операційна ефективність та управління витратами; можливості партнерства; довірчі відносини з місцевою адміністрацією, податковими органами та іншими регуляторними інстанціями; прихильність споживачів; лояльність місцевої спільноти.

Про реальність перелічених ефектів для бізнесу свідчить і динаміка долучення компаній до Глобального договору ООН, і кількість соціальних звітів, які оприлюднюються щороку. Той факт, що з 1993 р. по 2020 р. частка підприємств з-поміж 250 найбільших у світі компаній за доходом у списку Fortune зросла більш ніж у шість разів (з 12% до 77%) [2], демонструє, що бізнес цікавиться більш широкими соціальними проблемами, а не лише тим, що впливає на його прибутковість та що привабить клієнтів. Кількість публікацій на корпоративних сайтах зі згадуванням про сталий розвиток, 17 цілей ООН, КСВ, захист довкілля та соціальні інвестиції зростає в арифметичній прогресії.

Що стосується України, то за даними Global Compact, лише 22 компанії доєдналися до ініціативи «Розкриття інформації про сталість бізнесу». Серед них регулярно звітують про соціально відповідальну діяльність 7 компаній, а саме: Galnaftogaz, Obolon, Unicredit Bank Ukraine, Ernst & Young Ukraine, ArcelorMittal Ukraine, Astarta та Kernel і лише дві останні фірми оприлюднили звіти за 2019 та 2020 роки [3]. Водночас за даними рейтингу Sustainable Ukraine 2019 лідерами за рівнем прозорості у сфері корпоративної відповідальності є: Енергоатом, Укргідроенерго, Кернел, Соса-Кола Україна, Carlsberg Україна, Метінвест, ДТЕК та Укренерго [4].

Судячи з даних нефінансових звітів багатьох вітчизняних підприємств, екологічні чи соціальні ініціативи в основному відокремлені від операційної діяльності. Сталий розвиток виглядає радше як відірваний від стратегічного розвитку вектор. Та й загалом нефінансові

звіти українських компаній значно поступаються за своєю якістю та наповненням звітам компаній західних країн. Більшість українських підприємств у своїх звітах не вказують дані щодо зроблених кроків відповідно до цілей сталого розвитку. Більш того, лівова частина компаній публікує свої звіти нерегулярно та недеталізовано. З року в рік змінюються структура та наповненість звітів, дані подаються у майже непорівнянній формі (економічні, соціальні та екологічні критерії можуть мати різні назви та способи обрахунку показників), що не дає можливості простежити зміну показників у динаміці по компанії в цілому та провести бенчмаркінг компаній з однієї галузі.

Підбиваючи підсумки, варто зазначити, що соціальна відповідальність та етичні норми бізнесу є життєво важливими не лише для успіху компанії, але й для самого факту її існування у майбутньому. Адже неможливо мати сильний, ефективний бізнес у світі, що потерпає від нерівності, бідності та кліматичних змін. На жаль, і загалом у світі, і в Україні зокрема, КСВ наразі ще бракує необхідного масштабу та швидкості. Керівники бізнесу, акціонери та інвестори все ще надто недалекоглядно сприймають важливість змінювати традиційну бізнес-модель на модель соціально відповідального підприємництва, що сприяє впровадженню принципів сталого розвитку в основу їхнього бізнесу. А соціальна звітність сприймається радше як модний інструмент комунікації, аніж засіб для стратегічного управління соціально відповідальними практиками самого підприємства. Цілі сталого розвитку ООН повинні стати ціннісними та практичними орієнтаціями для розвитку якомога більшої кількості компаній в Україні. З іншого боку, просувати сталий розвиток через окремі компанії – це складний та довготривалий процес. Набагато легше робити це через сприятливе інституційне середовище. А тут вже справа за державою та неурядовим громадським сектором.

Перелік посилань

1. How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.su/7Nb5>.
2. The Time Has Come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.su/7NpM>
3. Sustainability Disclosure Database [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://database.globalreporting.org>.
4. Sustainable Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sustainableukraine.com/ua/index.html#block-8>.

Кобзєва Л. Д., здобувач вищої освіти

Херсонський національний технічний університет, lili.uchaeva03@gmail.com

Науковий керівник: Мєшкова-Кравченко Н. В., старший викладач

Херсонський національний технічний університет, mknatvit@gmail.com

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення результативної діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання можливо за умови задоволення потреб споживачів, при цьому потрібно це здійснити краще, ніж конкуренти, реалізувавши потенціал підприємства.

Економічна ефективність – це термін, який використовується для оцінки результатів господарської діяльності підприємства в порівнянні із зусиллями, пов'язаними з відповідною діяльністю [1].

Оцінювання ефективності діяльності підприємства не втрачає значимості. Отримані результати оцінювання ефективності можуть бути використані для подальшого розвитку підприємства, формування як стратегічних, так і тактичних цілей [2].

Аналітична робота щодо оцінки ефективності діяльності підприємства передбачає: формулювання мети дослідження; вибір методів аналізу; відбір системи показників, збір інформації та проведення аналізу ефективності; оцінка результатів аналізу та пошук рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Оцінювання ефективності ґрунтується на певних критеріях і системі показників. Незважаючи на значний перелік показників, які можуть характеризувати ефективність діяльності підприємства як загалом, так і ефективність використання окремих видів ресурсів, традиційно ключовим показником вважають рентабельність. Рентабельність оцінюють за показниками, які можна згрупувати за такими напрямками: рентабельність ресурсів, рентабельність продукції, рентабельність діяльності.

Проведено дослідження за матеріалами цукрового заводу ТОВ «Панда». У 2019 році у порівнянні з 2018 роком відбулося суттєве підвищення показників рентабельності: власного капіталу, виробництва продукції, продажу, операційної діяльності. Однак, у 2020 році у порівнянні з 2019 роком темп зростання показників рентабельності зменшилися, особливо рентабельності продажу, яка склала у 2020 році 6,77%. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 17%, собівартість реалізованої продукції зменшилась на 22%, що обумовило ріст валового прибутку на 58%. Чистий прибуток зріс на 14%, що обумовлено зменшенням інших доходів у більшій мірі, ніж витрат.

Відповідно, підвищення ефективності діяльності цукрового заводу, пов'язано з необхідністю зростання доходів та зменшення витрат, що потребує вирішення проблем, пов'язаних зі зменшенням кількості споживачів та зменшенням їх купівельної спроможності, зокрема, удосконалення цінової політики; вирішення проблем, пов'язаних зі зменшенням сировини через скорочення посівів цукрових буряків та складність технології вирощування і низький рівень технологічної оснащеності переробки, зокрема, залучення інвестицій для модернізації виробництва.

Перелік посилань

1. Савицька О. М., Салабай В. О. Ефективність діяльності та управління підприємством: особливості використання теорії, методології та результативності аналітичних досліджень / О. М. Савицька, В. О. Салабай // Ефективна економіка – 2019. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7126>

2. Гречко А. В. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства / А. В. Гречко, А. С. Гречухін // Ефективна економіка. – 2016. – №1. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/44.pdf.

Коровінченко М. С., здобувачка вищої освіти, гр. МР-202
НУ «Чернігівська політехніка», masha.com13202@gmail.com
Науковий керівник: Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ МАРКЕТИНГУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ВИДІВ ПОПИТУ

Маркетинг грає дуже важливу роль для будь-якого підприємства, допомагаючи в залученні нових клієнтів та кращому задоволенні потреб наявних, враховуючи їх запити. Саме від рівня задоволеності потреб клієнта залежить й стан попиту на товар або послуги того чи іншого підприємства.

Наразі застосовуються такі види маркетингу в залежності від виду попиту: конверсійний, стимулюючий, розвиваючий, ремаркетинг, синхромаркетинг, підтримуючий, демаркетинг, протидіючий або контрмаркетинг.

Конверсійний маркетинг варто застосовувати тоді, коли попит має негативний напрям. Зазвичай використовується після випуску на ринок продукції низької якості або послуг низького рівня [2]. Мета – термінова розробка дій, що змінять враження покупців на позитивне. Необхідне проведення нової ефективної рекламної політики, внесення відповідних змін до продукції або навіть здійснення повного ребрендингу. Наприклад, корпорація «Toyota Motor», для збільшення продажів автомобілів «Lexus» спросила дизайн «Toyota» [3].

Стимулюючий маркетинг дійсний доречний при повній відсутності попиту. Головна мета – подолання байдужості споживачів шляхом зміни рекламної політики, яка допоможе ознайомленню з можливостями товару. Також стимулюванням можуть слугувати посилене використання засобів просування, вдосконалення продукції, введення додаткового сервісу та акцій [1]. Наприклад, іспанська фірма з виготовлення м'ясних продуктів «Сала Рієра» першою змогла успішно поширити ковбаси в мусульманських країнах шляхом відмови від свинини та жиру, втім зберігши смак [3].

Розвиваючий маркетинг застосовується в умовах прихованого попиту. Основна ціль – проаналізувати потенційний ринок, для вироблення такого товару, який перетворить потенційний попит на реальний. При цьому вивчаються наявні незадоволені потреби споживачів, на їх основі створюється новий продукт та застосовуються різноманітні засоби просування [1]. Зокрема конструктори з міста Гетеборг задовольняли потреби щодо засобів проти шкідників. Завдяки цьому була винайдена освітлювальна лампа, імпульси якої змінювали біологічні ритми комах, не вбиваючи їх, а лише відлякуючи [3].

Ремаркетинг орієнтується на відновлення попиту в разі його спаду. Мета полягає не стільки у продовженні життя, скільки у створенні нових життєвих циклів продукції. Для цього рекламують невідомі споживачам характеристики та переваги, покращуючи тим самим якість обслуговування, застосовують зміну властивостей продукції або переорієнтовують її на нові ринки [1]. Наприклад, бренд «Levi's» на початку 90-х років додали «розстріляні джинси», оновивши базовий асортимент [3].

Синхромаркетинг слід розглядати для сезонного нестабільного попиту. Головне завдання – стабілізація попиту, методом пристосувань або впливу на збудники коливання [2]. Інструменти синхромаркетингу – сезонні розпродажі, індивідуальні методи просування, перехід на інший сегмент ринку або тривала спрямована дія для зміни вподобань споживачів [1]. Використовується туристичними агентствами для стимулювання продажів путівок взимку за допомогою впровадження «гарячих турів» за привабливими цінами [3].

Підтримуючим маркетингом користуються компанії з повноцінним попитом, що знаходиться на одному рівні з можливостями. Мета – підтримка наявного попиту. Реалізується шляхом постійного моніторингу конкурентів та смаків споживачів [1]. Наприклад, компанія «PepsiCo» кілька разів на рік запускає масштабні рекламні ролики з залученням суперзірок [3].

Демаркетинг використовується для зниження надмірного попиту, коли відсутня можливість задовольнити його. Реалізується шляхом припинення рекламної кампанії [2].

Протидіючий маркетинг застосовується для ліквідації попиту на шкідливі товари: алкогольні напої та тютюнові вироби, і використовується з метою оздоровлення суспільства. Для цього застосовують відповідну рекламну кампанію або вилучають чи припиняють випуску товару [1].

Проведений аналіз показав, що в залежності від поточної ринкової кон'юнктури застосовується певний вид маркетингу для мінімізації втрат або для збільшення обсягів продажу з метою розвитку виробництва шляхом задоволення всіх потреб споживачів.

Перелік посилань

1. Цінько Ю. Д., Жмурко І. В. Види маркетингу за характером попиту. *Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції*: Матеріали III Всеукр. науково-практ. інтернет-конф. студентів та молодих вчен. Івано-Франківськ, 2019. С. 187-190.

2. Сорокіна А. М. Роль маркетингу в сучасній підприємницькій діяльності. *Проблеми та перспективи розвитку економіки України: погляд молоді*: Матеріали XIII Всеукр. науково-практ. конф. Частина II. Черкаси, 2021. С. 33-37.

3. Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. Принципи, функції та види маркетингу. *Маркетинг: Навч. посіб.* Суми, 2013. С. 37-31.

Костюк І. С., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група УП-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», iinnakostiuk@gmail.com
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», ira41215@ukr.net

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Ринок праці України та світу в цілому переживає не легкі часи. Стрімкі темпи змін, викликані пришвидшенням економічних процесів, пандемією Covid-19, впровадженням та швидким розвитком новітніх технологій, в значній мірі впливають на всі сфери життєдіяльності, в тому числі на сільське господарство.

За даними Державного центру зайнятості України, кількість зареєстрованих вакансій сільського, лісового та рибного господарств домінують серед інших видів економічної діяльності та станом на кінець 2021 року становить 109302 вакансії. Ця статистика свідчить про те, що наразі, в часи стрімкого реформування земельних ресурсів, саме сфера сільського господарства займає лідерські позиції в забезпеченні роботою громадян України. Тому доцільно створювати перспективи для розвитку агросфери в розрізі ринку праці України.

Сільське господарство України має безмежний потенціал, оскільки її ґрунти надзвичайно родючі та містять в собі високий вміст гумусу. У власності України більш ніж 60 млн га землі, з яких 42,7 млн га, тобто більш ніж 70% – це землі сільськогосподарського призначення. Також майже 40% сільськогосподарських земель України – чорноземи. Такі ресурси в значній мірі позитивно впливають на стан економіки країни та, в свою чергу, на ринок праці. Проте існують фактори, котрі негативно впливають на розвиток ефективного використання українських земельних ресурсів в розрізі ринку праці. Серед цих факторів: впровадження автоматизації; продаж землі; нераціональне використання земельних ресурсів.

Такі фактори впливають на обсяги робочих місць для громадян, що зайняті в сільськогосподарській сфері. Це зі свого боку спричиняє коливання на ринку праці та завдає шкоди економіці країни.

Пришвидщення автоматизації в сільськогосподарських процесах є невід’ємним елементом розвитку агросфери. В Україні ведення сільського господарства швидкими темпами удосконалюється за рахунок впровадження новітніх технологій. Проте швидкі темпи роботизації в сфері залишають без роботи велику кількість робітників.

Задля вирішення питання розвитку ринку праці України в контексті реформування земельних відносин варто усунути негативні фактори (нестабільність нормативно-правового забезпечення роботи сільськогосподарських підприємств, диспропорції наповнення фондів державного соціального страхування за рахунок демографічних коливань), а також стимулювати фактори розвитку сільського господарства (більш раціонально використовувати земельні ресурси в частині екологічного навантаження на екосферу, сприяти нарощуванню кваліфікованого трудового персоналу).

Кулаков Є. В., здобувач вищої освіти
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, Vtanke120999@gmail.com
Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук.
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

ГІПОТЕЗА ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО МЕТОДУ РОЗРАХУНКУ СЕРЕДНЬОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА БАЗІ МОДАЛЬНОГО

Через велику кількість недоліків у існуючих моделях, автором було запропоновано власну методичку підрахунку середньої заробітної плати, а її використання на практиці, реалізація у реальному розрахунку є метою дослідження. Методика ґрунтується на модальному методі, з частковим використанням медіани. Крім даної методички розрахунку, автор пропонує використовувати й інші методи розрахунку на офіційному рівні, як додаткові, що описано у [1],

оскільки вони показують додаткову інформацію, відхилення за інтервалами вибірки, концентрацію великої кількості чисел з дрібним інтервалом в одній із частин вибірки, відхилення середнього показника від медіани, частоту повторюваних значень тощо. Відмінність цього методу від інших, які використовуються, у тому, що він покроково перебирає розряди, зліва направо, на наявність моди, після її встановлення у першого розряду переходить до наступного і так до останнього, що було розглянуто у [2]. Кінцевий користувач сам вирішує, до якого розряду слід розраховувати вибірку і може зупинитися на будь-якому з розрядів, оскільки дана методика це дозволяє і, якщо користувачеві не потрібне обчислення до сотих, він може зупинити розрахунок на тисячах або сотнях.

У разі виникнення мультимодальних ситуацій, пропонується вибирати як основну моду ту, що знаходиться ближче до медіани вибірки. Якщо ж дві моди розрядів однаково близькі до медіанного значення, то порівнюються два крайні значення з вибірок мод, які вийшли ближче до медіани, тобто, найвище з однієї вибірки і найменше з другої: у подальшому використовують те, що знаходиться найближче до медіани. У разі виникнення мультимодальних ситуацій пропонується обирати як основну моду ту, що знаходиться ближче до медіани вибірки. Якщо ж дві моди розрядів однаково близькі до медіанного значення, то порівнюються два крайні значення з вибірок мод, які вийшли ближче до медіани, тобто, найвище з однієї вибірки і найменше з другої, для подальшого рішення використовують те, що знаходиться найближче до медіани.

Також можливі варіанти іншого вирішення мультимодальних ситуацій, наприклад, мінімальна або максимальна мода розряду. Всі варіанти показують трохи різну інформацію, тому користувачеві необхідно вибрати, який варіант використовувати, варіант з мінімальною модою буде більш націлений на бідне населення, так як фактично буде прагнути саме цього відрізка вирізки, в той час як варіант з максимальною модою – на багате населення. Однак обидва варіанти мають суттєвий недолік, а саме, якщо в наступному звітному періоді мультимодальної ситуації не виникне, і буде обрано моду, яка сильно відрізняється від тієї, що була обрана в базисному періоді, це загрожує неточністю статистичної інформації.

Пропонується використовувати саме медіанний варіант вирішення проблеми мультимодальності, тобто вибирати той розряд, який наближається до медіанного значення. На думку автора, цей варіант показуватиме більш точну інформацію, яка бере до уваги обидві сторони вибірки в рівному пріоритеті, однак, якщо користувач вважає, що пріоритет повинні мати числа вибірки, які знаходяться до або після медіани, то він може використати варіант з мінімальною модою розряду або максимальною відповідно.

Для наочності використання методу розрахунку заробітної плати подано довільну вибірку і проведено розрахунок середньої заробітної плати за порозрядним модально-медіанним методом у табл. 1. Цю вибірку підібрано, щоб наочно показати порядок розрахунку, переваги та недоліки цієї моделі розрахунку та відмінності її від інших.

Таблиця 1 – Розрахунок середньої зарплатні модально-медіанним методом

Вибірка, грн.	9964	9964	11528	12358	12364	12374	14600	100000
Розряд 6	<u>0</u> 9964	<u>0</u> 9964	<u>0</u> 11528	<u>0</u> 12358	<u>0</u> 12364	<u>0</u> 12374	<u>0</u> 14600	<u>1</u> 00000
Розряд 5	<u>0</u> 9964	<u>0</u> 9964	<u>1</u> 1528	<u>1</u> 2358	<u>1</u> 2364	<u>1</u> 2374	<u>1</u> 4600	
Розряд 4			<u>1</u> 1528	<u>1</u> 2358	<u>1</u> 2364	<u>1</u> 2374	<u>1</u> 4600	
Розряд 3				<u>1</u> 2358	<u>1</u> 2364	<u>1</u> 2374		
Розряд 2				<u>1</u> 2358	<u>1</u> 2364	<u>1</u> 2374		
Результат				12358				

Спочатку необхідно перевірити, які значення надають прозрахунки за іншими методами, що використовують у світовій практиці. У даній вибірці середня арифметична зарплата дорівнюватиме 22864 грн., медіанна – 12361 грн., модальна – 9964 грн. Так як сума різниць інтервалів значень, що стоять після медіани, більше, ніж тих, що стоять до медіани, то середня арифметична зарплата більша за медіану і таку зарплату не отримує 87,5% населення, а всього 12,5% отримує, що говорить про нездатність показника відігравати роль середнього, а лише як джерело додаткової інформації, яке в сукупності з медіаною здатне показати, в яку зі сторін і наскільки сильно перекошено вибірку, в даному випадку у бік більш багатого населення.

Модальна зарплата в цьому випадку відображає мінімальне значення, оскільки це єдина мода у вибірці. Саме таку зарплату отримує 25%, а вище за цей показник отримує 75% населення, тому модальний метод не відбиває адекватно середнє значення. Результат за запропонованим автором методом 12358 грн., що на 3 грн. відрізняється від медіанного методу, однак, така маленька різниця між методами виникла через використання довільних значень та через невелику кількість вихідних даних.

Висунута гіпотеза експериментального методу розрахунку середньої заробітної плати показала свою працездатність та ефективність у вирішенні поставленої проблеми. Знаходження її слабких та сильних сторін, а також її імплементація у сферу діяння, в якій ця методика використовується, є завданням майбутніх досліджень.

Перелік посилань

1. Кулаков Є. В. Проблеми використання у оцінюванні стану національної економіки інтегральних показників як джерела кінцевої інформації: недосконалості і відмінності від інших країн / Є. В. Кулаков // Проблеми розвитку циркулярної економіки : матеріали II міжнар. студентської наук.-практ. конф., м. Львів, 20-21 травня 2021 р. / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів: вид-во НУ «Львівська політехніка», 2021.

2. Кулаков Є. В. Купівельна платоспроможність у системі показників сфери обміну та у оцінюванні стану регіональних економік / Є. В. Кулаков, П. В. Кривуля // Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку : матеріали IV між нар. наук.-практ. конф. 20-21 травня. 2021 р., м. Одеса / Наук. ред.: О. Б. Петінова. – Одеса: ОНПУ, 2021. С. 227-229.

Лабута А. О., здобувачка вищої освіти, гр. МР-191
НУ «Чернігівська політехніка», assyia.laa@gmail.com

Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Через загострення конкуренції, яка виникла внаслідок процесів активного розвитку ринкового середовища, підприємства змушені конкурувати з кращими лідируючими компаніями, особливо на внутрішньому ринку. За таких умов підприємству потрібно слідкувати за своїми слабкими та сильними сторонами, а також для формування ринкових стратегій застосовувати бенчмаркінг.

Термін «бенчмаркінг» англійського походження і не має однозначного перекладу, але попри це «benchmark» – вихідний пункт, початок відліку, еталон. У Японії ж «benchmarking» визначається як «зусилля, занепокоєння, турбота кращого стати ще кращим» [1].

Бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування, в якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів [1]. Тобто цей інструмент дозволяє визначити найбільш вразливі сторони підприємства порівняно з конкурентами у певній галузі, та є поштовхом до удосконалення його діяльності та підвищення конкурентоспроможності.[2]. У розвинених країнах програми бенчмаркінгу набувають розвитку при державній підтримці – внаслідок такого обміну досвідом виграє економіка країни в цілому.

Якщо проаналізувати даний процес в Україні, то основна проблема бенчмаркінга – непрозорість середовища, тобто майже вся інформація є закритою: від обсягів продажів до управління внутрішніми процесами. Наслідком є нерозвиненість інфраструктури бенчмаркінгу в Україні [3].

Бенчмаркінг допомагає визначити сильні і слабкі сторони підприємства залежно від зміни ситуації на ринку, дає можливість краще задовольняти споживчі запити за якістю, ціною, товарами і послугами шляхом установлення нових стандартів і цілей [4]. Він має такі особливості, як: безперервність самовдосконалення; встановлення амбіційних і реалістичних цілей; сприяння досягненню успіху через забезпечення відповідності між установленними функціями і загальними очікуваними результатами; визначення об'єкта дослідження за світовими стандартами [5]. Завдяки бенчмаркінгу збільшується продуктивність та ефективність бізнес-процесів, формуються

інноваційні ідеї, які сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства [4]. При тому результативність бенчмаркінгу досягається за умови впровадження передового досвіду з урахуванням місії підприємства, масштабів та інших особливостей бізнесу [5].

Серед основних принципів бенчмаркінгу, від яких залежить ефективність його проведення, Морщенок Т. С виділяє:

- аналогія, тобто всі порівнювальні процеси повинні бути схожими;
- достовірність інформації;
- вимір та порівняння характеристик;
- взаємна погодженість в обміні даними між підприємствами [6].

Л. Герасимчук зазначає, що під час проведення бенчмаркінгу підприємницької діяльності доцільно спиратися на такі загальноприйняті принципи, як:

- якість – безперервна робота в усіх аспектах діяльності підприємства;
- важливість бізнес-процесів;
- концентрація уваги на бізнес-процесах для виявлення системних недоліків;
- потреба у систематичному проведенні зовнішнього бенчмаркінгу [6].

Бенчмаркінг є одним із найбільш ефективних інструментів, який сприяє подоланню відставання від конкурентів на основі порівняння й аналізу своєї діяльності з діяльністю найбільш успішних підприємств. Також цей маркетинговий інструмент має певні принципи за якими він зможе забезпечити конкурентоспроможність та цілеспрямованість розвитку підприємства. Враховуючи сучасні тенденції в бізнесі бенчмаркінг з часом пошириться по всьому світу і стане нагальною стратегічною потребою.

Перелік посилань

1. Старух А.І. Основні визначення бенчмаркінгу. *Конспект лекцій. Львів 2020 р.*
2. Кожухівська Р. Б. Застосування принципів бенчмаркінгу для удосконалення системи менеджменту інвестиційної привабливості підприємств туристично-рекреаційного комплексу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 18. С. 12-15.
3. Кравченко О. В. Можливості застосування бенчмаркінгу як інструмента активізації управління підприємством. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. зб. Наук. Праць НАНУ. Львів. 2008. вип. 6 (74). С. 102-110.
4. Навольська Н. В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 6. С. 79-82.
5. Дубодєлова А. В., Юринєць О. В., Катаєв А. В. Класифікація видів і сфери застосування бенчмаркінгу в системі менеджменту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 102-106.
6. Морщенок Т. С. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. С. 533-540.

Лабуга А. О., ЗВО 3 курсу гр. МР-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», assyia.laa@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», svetlana.polkovnichenko@gmail.com

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА З КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

Циклічний розвиток економіки спричиняє суттєві структурні зміни в діяльності підприємств, змушує їх переглядати основні бізнес-ідеї, місію та формувати нові стратегії, зокрема і антикризові.

Вітчизняні науковці визнають кризу як одну із стадій розвитку підприємства. Такої думки дотримуються Лігоненко Л., Терещенко О., Тельнова О., які відзначають, що виникнення кризових ситуацій відбувається на всіх стадіях життєвого циклу підприємства [2]. Кризи несуть у собі певний потенціал до змін, змушують переглядати бачення розвитку підприємства. Функція кризи має позитивний характер, оскільки дає можливість підприємствам навчатися, мобілізувати зусилля, спрямовані на зміни [2].

У житті підприємства кризи та загроза криз – постійне явище. Першопричиною є розрив між виробництвом і споживанням товарів.

Одним із важливих інструментів антикризового управління є антикризова стратегія, яка реалізується через низку тактичних заходів, орієнтованих на довгострокову перспективу [3]. І. Ансофф зазначає, що «переважна реакція на кризу полягає в тому, щоб переродити загрозу в сприятливу можливість: знайти таку стратегію дій, яка дозволить не лише компенсувати, але й збільшити прибуток і збут» [4].

Знаходячись у стані кризи, підприємство розробляє стратегію на короткий період (1-3 роки), яка повинна містити реорганізаційні заходи та організаційно технологічні інновації [5].

Перелік заходів з покращення становища повинен бути індивідуальний для кожного з підприємств та залежати від сфери бізнесу, групи продукції, кон'юнктури ринку, регіональної інфраструктури, системи управління підприємством, структури витрат на виробництво та управління, техніко-технологічних особливостей [1].

Антикризові стратегії можна поділити на:

–перервно-послідовну – показує, що підприємство в період структурної перебудови може вкладати додаткові кошти в нові товари або бізнес, тобто диверсифікувати свою діяльність. В результаті через деякий час починають зростати обсяг продажів, доходи, прибуток;

–безперервно-послідовну – передбачає попередній аналіз можливих негативних тенденцій розвитку підприємства в конкурентному середовищі для того, щоб своєчасно спрямувати кошти на модернізацію бізнесу;

–паралельно-послідовну – означає, що підприємство за певний час може реалізувати додаткові маркетингові заходи щодо підвищення конкурентоспроможності своїх товарів і при цьому продовжувати роботу з приростом обсягів продажу і доходів [6].

Найбільш доцільною в кризовому становищі для промислового підприємства є стратегія диференціації – концентрації зусиль на декількох пріоритетних напрямках з конкурентними перевагами.

Задля виходу з кризи підприємства також використовують стратегію виживання, яка передбачає еволюційний розвиток з мінімальними перебудовами, але надійне поліпшення показників аж до виходу зі стану кризи; та стратегія прориву, що передбачає орієнтацію на лідируюче положення на ринку й забезпечує істотне поліпшення показників діяльності підприємства за дуже короткий час [6].

Своєчасно передбачити кризові явища й запобігти їх виникненню допоможе аналіз кризової ситуації та вибір антикризової стратегії розвитку підприємства, яка передбачає визначення конкурентних можливостей. Систематичний аналіз умов зовнішнього середовища, визначення сильних та слабких сторін підприємства дозволяє йому визначити внутрішні резерви для подолання кризових явищ.

Кожне підприємство повинне мати в рамках розробленої стратегії нову бізнес-модель, план антикризового реагування, який допоможе утримати контроль над ситуацією навіть у разі вкрай швидкого та негативного її розвитку.

Перелік посилань

1. Причини виникнення, функції та вплив кризових явищ на управління підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=958> (дата звернення 28.11.21).

2. Антикризове корпоративне управління: теоретичні та прикладні аспекти / С. С. Гасанов, А. М. Штангрет, Я. В. Котляревський та ін. – К.: ДНУ «Акад. фін. Управління», 2012. – 301 с.

3. Ткачук Г. Ю. Стратегії антикризового управління підприємствами металургійної промисловості. МНУ ім В. О. Сухомлинського / Г. Ю. Ткачук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. № 21. – С. 416-420. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018/29-vipusk-21-lyutij-2018-r/3794-tkachuk-g-yu-strategiji-antikrizovogo-upravlinnya-pidpriemstvami-metalurgijnoji-promislovosti> (дата звернення 28.11.21).

4. Штангрет А. М., Воробйов В. І. Криза підприємства: суть, природа виникнення та її вплив на економічну безпеку. Науковий Вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. 2010. № 2. С. 324–333.

5. Розробка стратегії виходу підприємства з кризового стану. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/strateg> (дата звернення 28.11.21).

6. Ковалевська А. В. Конспект лекцій з дисципліни «Антикризове управління підприємством» / А. В. Ковалевська. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 140 с.

Лелиця В. А., студентка III курсу
Державний податковий Університет, lencialera09@gmail.com
Науковий керівник: Гуріна Н. В., канд. екон. наук, доцент
Державний податковий Університет, oblik2014@ukr.net

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ БЕЗТАРИФНОЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Використання різноманітних форм і систем оплати праці на економічно виправданій основі є питанням, яке необхідно вирішувати, в першу чергу, з метою підвищення ефективності мотиваційних трудових процесів у діяльності різних суб'єктів, оскільки дозволяє диференціювати оплату праці на основі їх особистого внеску у результати бізнесу.

Перехід української економіки до ринкових відносин призвів до створення та поширення безтарифної системи. Вона, в основному, пов'язана з колективною системою оплати праці. Застосовується у випадках, коли будь-яку роботу з виробництва чи надання послуг виконує бригада. Тому заробітна плата кожного працівника, учасника колективу, залежить від результатів роботи всього колективу та його особистого внеску. При розподілі заробітної плати колективу між його учасниками враховується відпрацьований час, кваліфікація співробітників, показник професійної діяльності (КТУ). Детальний порядок розподілу заробітку між членами колективу встановлюється в колективному договорі [2 с. 88].

Загальними ознаками безтарифних схем є: гарантування працівникам лише обов'язковий мінімальний розмір оплати праці, не нижче встановленої законом суми мінімальної заробітної плати; спочатку визначають загальну суму заробітної плати, яку отримує команда, потім віднімають від неї гарантовану мінімальну заробітну плату для всіх членів команди, а потім розподіляють залишок між членами команди за заздалегідь визначених умов; рівні умови для можливості впливу на розмір заробітної плати всіх працівників колективу незалежно від категорії та посади.

При розподілі винагород між членами команди за безтарифною системою компенсацій враховується: рівень кваліфікації працівника; КТУ, що є узагальненим показником, який відображає ефективний внесок кожного члена колективу в загальну роботу з урахуванням індивідуальної продуктивності, якості роботи, схильності до праці; фактичний робочий час.

При розподілі заробітної плати між робітниками колективу за системою безтарифної компенсації враховуються:

- рівень кваліфікації робітника;
- КТУ, що є загальним показником, який відображає реальний внесок кожного члена команди в загальні результати діяльності з урахуванням індивідуальної продуктивності, якості роботи, працездатності;
- фактично відпрацьований час [1 с. 163-165].

Бізнес починає все більше і більше користуватися безтарифною системою оплати праці. Ця система виникла на початку нового століття і означає, що не всі компанії мають можливість виплачувати кожному працівнику заробітну плату, гарантовану тарифною системою.

На практиці окремі елементи безтарифної системи можуть поєднуватися разом із тарифною системою. Наприклад, можна використовувати форми оплати праці, за яких заробітна плата складається із окладу та премії, що нараховується у відсотках не від заробітної плати, а від доходу підприємства, отриманого в результаті роботи [5].

Підприємства на власний розсуд встановлюють форми та системи оплати праці в колективному договорі з урахуванням правил і гарантій, передбачених законами, генеральними, галузевими (міжпрофесійними) і територіальними угодами.

Необхідно відзначити, що при застосуванні безтарифної системи використовуються певні нормативи, які впливають на величину фонду оплати праці підприємства або підрозділу, коефіцієнт участі, який визначає долю працівника у заробітку, коефіцієнт трудової участі та інші, які мають доповнювальний характер. Тобто сума фонду оплати визначається за остаточними результатами діяльності, а інші індивідуальні характеристики враховуються шляхом застосування названих коефіцієнтів.

Безтарифні системи також називають розподільчими – такою назвою виражають спосіб визначення заробітку – не розраховувати за певними нормами і ставками, а розподіляти зароблену колективом суму. При цьому, заробітна плата розподіляється в залежності від кваліфікаційних коефіцієнтів та відпрацьованого часу.

Крім того, варто відзначити, що безтарифні системи сприяють зростанню продуктивності праці, оскільки [3 с. 98].

Особливістю безтарифної системи є те, що вона передбачає комплексне, а не відокремлене нарахування тарифної заробітної плати, надбавок, премій та інших доплат. В основу цього підходу покладена вимога до кожного працівника виконувати свою роботу якісно та відповідально. Проте, не можна виключати, що хтось із працівників протягом місяця працюватиме не досить старанно, не дотримається трудової дисципліни або правил техніки безпеки тощо. У такому випадку, по відношенню до нього будуть застосовані адміністративні чи економічні санкції. Для цього безтарифну систему доповнюють положенням про диференціацію зарплати в залежності від особистого трудового внеску працівника в остаточний результат колективних зусиль. Дуже важливий і відповідальний етап, щоб впровадити безтарифну систему – це визначити діапазон складності виконуваних колективом робіт і кількість рівнів шкали коефіцієнтів [4].

Перевагою безтарифної системи оплати праці є те, що для неї оптимально поєднали індивідуальний та колективний інтерес з метою покращення результатів роботи. Крім того, дана система оплати праці робить залежною заробітну плату від кінцевих результатів роботи колективу. Розроблення безтарифної системи оплати праці є дуже клопітною і відповідальною роботою. Проте, за допомогою грамотного впровадження цих систем, можна досягнути значного підвищення трудової можливості працівників, що сприятиме суттєвому зростанню продуктивності праці та ефективності роботи в цілому.

Перелік посилань

1. Навчальний посібник [електронний ресурс] / за заг. ред. Г. В. Назарової. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. С. 163-165.
2. Червінська Л. П. Д. Економіка праці. Навчальний посібник, 2019. С. 88.
3. Н. І. Єсінова. Економіка праці та соціально-трудова відносини. Практикум: навч. посіб. Харків: ХДУХТ, 2015. С. 98.
4. Устіловська А. С. Мотивація персоналу як один з основних інструментів успішного управління персоналом. *Молодий вчений*. 2017. №4.
5. Мельниченко М. Г. Безтарифна система оплати праці: сутність, доцільність та переваги застосування. Науково-економічні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, оподаткування і контроль. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. 21-22 листопада 2019 рік. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2019. С. 182-184.

Лисенко О. В., здобувач вищої освіти групи ЕП-191
Національний університет “Чернігівська політехніка”, olhal8322@gmail.com
Науковий керівник: Самко О. О., канд. екон. наук, доц. кафедри ТПЕ
Національний університет “Чернігівська політехніка”, oasamko@gmail.com

НАУКОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Основи наукової організації праці були закладені ще на початку 20-го століття науковцем Фредеріком Тейлором [1]. Його теорія наукового управління визначає оптимальні методи організації праці, здатних підвищити продуктивність. Загальновідомо, що організація праці на підприємстві – це система виробничих взаємозв’язків працівників з засобами виробництва і один з одним, яка утворює певний порядок здійснення трудового процесу. Наукова організація праці (далі НОП) спрямована на вирішення економічних, психофізіологічних та соціальних завдань.

НОП повинна виконувати ресурсозберігаючу функцію, у тому числі й працезберігаючу, які спрямовані на зменшення витрат робочого часу, оптимізацію використання ресурсів, зниження витрат енергії, що безумовно призведе до зростання продуктивності. До того ж економія праці включає в себе й усунення марної праці. Оптимізаційна функція виявляється у відповідності рівня організації праці сучасним технічним і технологічним тенденціям, досягненням наукової обґрунтованості норм й інтенсивності праці, в забезпеченні відповідності рівня оплати праці результатам праці. Маючи стимул та мотивацію, працівники будуть виконувати роботу «на результат», що спричинить зростання ефективності. Функція формування ефективного працівника здійснюється на основі професійного відбору або перепідготовки працівника. Проте задля досягнення максимального ефекту від НОП необхідна єдність усіх функцій.

Як і в будь-якій галузі науки, творчий процес в галузі організації праці і управління повинен містити: аналіз існуючої практики і протиріч; вивчення досягнень науки і передового досвіду; висування нових ідей, підготовку і впровадження експериментів; аналіз їхніх результатів; внесення необхідних корективів, визначення можливої сфери застосування нововведення; прийняття відповідного рішення і творче використання його в конкретних умовах. Лише такий підхід дозволяє знайти ефективні шляхи вдосконалення практики планування і впровадження НОП [2].

За оцінками вітчизняних і зарубіжних учених, приріст продуктивності праці на дві третини забезпечується за рахунок науково-технічного прогресу [4]. Оскільки наукова компонента організації праці в значній мірі залежить від НТП, то цей факт ще в черговий раз підтверджує значимість НОП для продуктивності праці.

Успішне виконання будь-якої групи робіт залежить від рівня навичок і здібностей, які демонструє робоча сила. Знання та досвід, якими володіє працівник, і те, як він здатен досягти результату або готовий задіяти їх у процесі роботи, створюють як можливості, так і обмеження щодо спеціалізації чи розширення змісту роботи. Працівники не завжди можуть повністю використати свої навички та таланти, вони також можуть відрізнятись впевненістю, з якою підходять до виконання своєї роботи. Тож варто створювати такі умови для праці, щоб людина почувала себе впевненіше та комфортніше на робочому місці.

Особливого значення у сучасному виробництві набувають проблеми модернізації класичних систем менеджменту персоналу та впровадження нових моделей управління, орієнтованих на безперервний розвиток інтелектуального, культурного та творчого потенціалу працівників підприємств та організацій [5].

Для аналізу ступеня залежності продуктивності праці від НОП створена єдина система показників, що дозволяє оцінити досягнення контрольних показників та забезпечення їх покращення для більшого результату діяльності.

Ефективність будь-якої конкретної системи буде визначатися ступенем узгодженості її складових елементів. Якщо робота в команді або розширення повноважень не підкріплюються відповідними змінами в системі роботи, або система винагород продовжує винагороджувати лише індивідуальні результати (якщо це робота в команді), або якщо технологія створює мало реальних

можливостей для колективних рішень і дій, то зрозуміло, що узгоджені конфігурації не даватимуть потрібного результату. Внутрішню узгодженість важко досягти та підтримувати на певному рівні, проте, якщо обрати правильну систему робіт і узгодити її з НОП, то продуктивність буде зростати.

При виборі заходів, що вводяться до плану НОП, першочергова увага повинна приділятися підрозділам з найвідсталішою організацією праці і найсприятливішими її умовами. Проте, розроблені заходи повинні забезпечувати комплексне вирішення проблеми удосконалення рівня організації праці зі всіх найважливіших її елементів. Наприклад, заходи, спрямовані на поліпшення умов праці, на удосконалення форм розподілу і кооперування праці в цеху, впровадження передових методів і прийомів праці відображаються в планах цехів (служб) [2].

При плануванні впровадження заходів НОП потрібно пам'ятати, що «ефективність виробництва значною мірою досягається завдяки оперативній розробці науково-обґрунтованих норм праці на всі трудові процеси, повсюдному їх застосуванню і виконанню на виробництві, а також їхнього перегляду у зв'язку із зміною умов виробництва» [3]. Якщо розробити та впровадити досконалі та сучасні методи НОП, але постійно їх не переглядати та не надавати значення оцінці їх релевантності, то це не дасть змогу забезпечувати довготривале зростання продуктивності праці.

Таким чином, можна сказати, що продуктивність праці має значний вплив на рівень соціально-економічного розвитку економічних систем на всіх ієрархічних рівнях, і з нею тісно пов'язана НОП. Для якісного моніторингу рівня продуктивності праці та встановлення програм розвитку необхідно використовувати єдину систему показників, що надасть змогу оцінити досягнення підприємства та її продуктивність. Для зростання продуктивності праці на конкретних підприємствах необхідно використовувати системи роботи та управління, які довели свою ефективність. Отже, НОП є важливою складовою управління та діяльності підприємства загалом.

Перелік посилань

1. Тейлор Ф. У. Принципи наукового менеджменту / Ф. У. Тейлор. – М.: Контролінг, 1991. – 104 с.
2. Погріщук Б. В. Планування і контроль на підприємстві / Б. В. Погріщук, О. І. Марченко. – Тернопіль: КРОК, 2015. – 682 с.
3. Мітрюшина О. О. Наукова організація праці та її вплив на підвищення продуктивності праці [Електронний ресурс] / О. О. Мітрюшина. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/24613/23-Mitryushina.pdf>.
4. Семенова Л. Ю. Шляхи удосконалення системи організації праці на підприємстві в сучасних ринкових умовах [Електронний ресурс] / Л. Ю. Семенова, О. В. Педан // «Young Scientist», 11 (26). – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/11/56.pdf>.
5. Гугул О. Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу / О. Я. Гугул // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С. 194–198.

Лисенко О. В, здобувач вищої освіти гр. ЕП-191

Національний університет “Чернігівська політехніка”, olhal8322@gmail.com

Науковий керівник: Перетятко Ю. М., канд. екон. наук, доцент

Національний університет “Чернігівська політехніка”, yuliaperetiatko@gmail.com

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБЛЕНОЇ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Будівельна галузь є важливою ланкою економіки України та пов'язана із машинобудуванням, хімічною промисловістю, транспортним сектором тощо. Результатом діяльності підприємств будівельної галузі є будівництво житловий та нежитлових будівель, інженерних споруд, трубопроводів, комплексних промислових споруд.

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА НТСС-2021

Будівельний сектор економіки є надзвичайно приваблива для інвестування коштів, проте ряд економічних, політичних та соціальних факторів не дає розвиватися цій галузі в повній мірі. Зокрема, відсутність правового захисту інвесторів-фізичних осіб, високі іпотечні відсотки у порівнянні із країнами Європи, низька платоспроможність населення, високі ціни на будівельні матеріали. Слід відзначити, що США та Німеччина досягли високих результатів із розвитку будівельної галузі та розбудови міст.

Прогнозування обсягів вироблення будівельної продукції має виключне значення для формування коротко та довгострокових стратегій підтримки галузі на державному рівні.

До 2012 року обсяги виробництва будівельної продукції зростали, але, починаючи з 2013 спостерігається скорочення темпів до 2014 року. У період з 2015 до 2020 року бачимо доволі стрімкий ріст обсягів виробленої будівельної продукції (табл. 1).

Таблиця 1 – Обсяги виробленої будівельної продукції у 2010-2020 роках

Період, рік	Обсяги виробленої будівельної продукції, млн. грн	Темп росту, %
2010	42918,1	100,0
2011	61671,7	143,70
2012	62937,2	102,05
2013	58586,2	93,09
2014	51108,7	87,24
2015	57515,0	112,53
2016	73726,9	128,19
2017	105682,8	143,34
2018	141213,1	133,62
2019	181697,9	128,67
2020	202080,8	111,22

*(без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя, за 2014-2020 рр. також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях)

Джерело: побудовано автором на основі [1]

Для побудови прогнозного значення обсягів виробництва будівельної продукції використаємо можливості регресійного аналізу. Позначимо час (результативний фактор) через y , а обсяг виробництва продукції через x .

Побудуємо графік розсіювання та трендову модель, скориставшись можливостями Ексел (рис. 1).

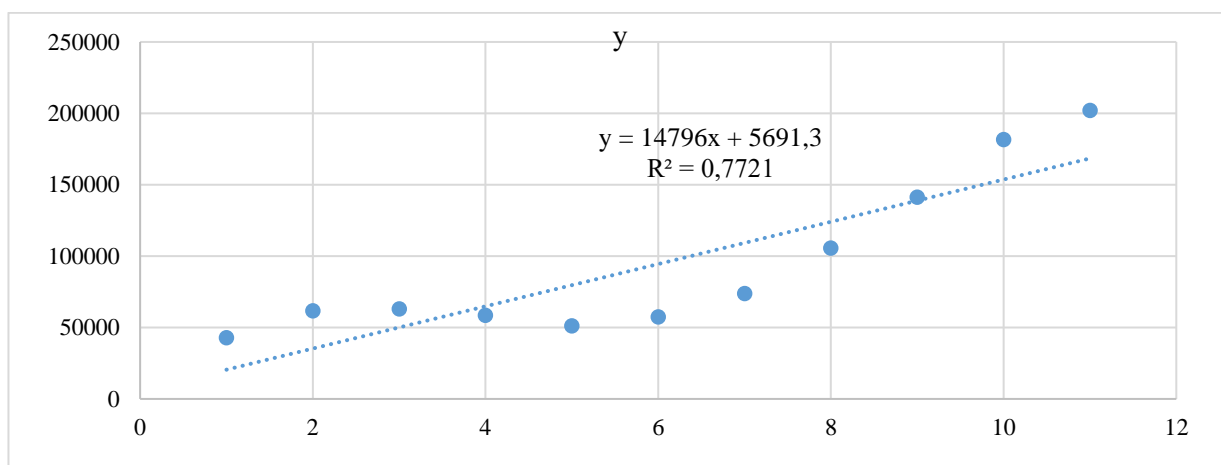


Рис. 1. Лінія тренду на основі регресійного аналізу

Отримана лінійна регресійна модель, яка описує залежність обсягу виробництва будівельної продукції та часу має вигляд:

$$y = 5691,3 + 14796 \cdot x \quad (1)$$

Коефіцієнт детермінації R^2 становить 0,77, що свідчить про те, що варіація змінної x пояснює y на 77 %.

Оцінимо якість рівняння регресії в цілому за допомогою F -критерію Фішера. Розраховуючи фактичне значення F -критерію, маємо

$$F_{\text{факт}} = \frac{R^2}{1-R^2} (n-2) = \frac{0,7721}{1-0,7721} (11-2) = 30,49 \quad (2)$$

Співставляючи фактичне значення критерію Фішера з табличним значенням $F_{\text{табл}}(\alpha; k_1; k_2)$ при рівні значимості $\alpha = 0,05$ й ступенях свободи $k_1 = n$ та $k_2 = n - 2 = 11 - 2 = 9$, маємо ($F_{\text{табл.}} = 5,12$)

$$F_{\text{факт}} > F_{\text{табл.}}$$

Можемо зробити висновок, що наша модель є адекватною, тому прогноз буде значущим.

Використовуючи отриману регресійну модель, зробимо прогноз обсягів виробництва будівельної продукції на 2021 рік:

$$y = 14796 \cdot 12 + 5691,3 = 183243,3 \text{ (млн. грн.)}$$

Отже, у 2021 році прогнозний обсяг виробництва будівельної продукції становитиме 183243,3 млн. грн., що є меншим від рівня 2020 року. Дійсне значення може відрізнятись від прогнозованого, оскільки на результат впливають інші фактори, які не завжди є очікуваними: криза спричинена COVID-19, прийнятті урядом рішення щодо реформування будівельної галузі, зміна рівні іпотечного відсотку тощо.

Перелік посилань

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

Лук'яненко Ю. І., студентка 2 курсу,
Національний університет «Чернігівська політехніка», julialuk0307@gmail.com
Науковий керівник: Алешугіна Н. О., канд. екон. наук, доцент,
Національний університет «Чернігівська політехніка», aleshugina@ukr.net

РОЛЬ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Ресторанне господарство у сучасному світі - це інтегрована сфера підприємницької діяльності, пов'язана з організацією виробництва та управління рестораном, що спрямована на задоволення потреб споживачів, а також на отримання прибутку [1]. Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характеристиками і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ поза місцем проживання.

Ресторанне господарство забезпечує не тільки задоволення фізіологічних (втамування голоду) та гастрономічних (насолюда смаком) потреб, а й організацію відпочинку, розваг і соціальних контактів, тобто виконує соціокультурну функцію. Окрім неї, воно надає робітникам і службовцям, школярам і студентам впродовж робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зберігає здоров'я. В нинішніх умовах популярності філософії здорового способу життя, дає можливість організації збалансованого раціонального харчування, у тому числі забезпечує можливість дотримання певних дієт: вегетаріанської, веганської, безлактозної, безглютенної тощо. Дана сфера господарської діяльності сприяє економії суспільної праці, матеріальних ресурсів, а також збільшення вільного часу відвідувачів. На підприємствах ресторанного господарства, за допомогою механізації виробництва, витрати праці на приготування страв та організацію їх споживання у 4 - 5 разів менші, ніж у домашніх умовах [2].

Завдяки розвиненій мережі закладів ресторанного господарства створюються умови для досягнення суспільних цілей розвитку міжнародних зв'язків і туризму, зокрема. У закладах харчування зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя. Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для експорту послуг і входження їх до міжнародного ринку. Такий експорт послуг здійснюється на досить вигідних умовах, адже він не пов'язаний з транспортними витратами [3].

Таким чином, підбиваючи підсумки, слід зробити висновок: сфера ресторанного господарства грає важливу роль у вирішенні багатьох локальних та глобальних соціально-економічних завдань країн та регіонів у цілому світі.

Перелік посилань

1. Савенко Ю. М. Основні тенденції ринку громадського харчування [Текст] / Ю. М. Савенко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2014. - №4(78). - С. 31-37.
2. Сазонов О. Как раскрутить ресторан [Текст] / О. Сазонов. - М: Аспект пресс. 2001. – 378 с.
3. Шидловська О. Б. Організація виробництва у ресторанному господарстві. URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43.41A.pdf> (дата звернення 30.09.2021).

Лях О. М., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група УП-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», oliaha563@gmail.com
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», ira41215@ukr.net

ВПЛИВ УМОВ ПРАЦІ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

На будь-якому підприємстві на якість роботи працівників впливає багато факторів, зокрема, умови праці - сукупність факторів виробничого середовища, які визначають функціональний стан організму працюючих, їх здоров'я та працездатність. Вони визначаються застосуванням обладнання, технологією, предметами і продуктами праці, системою захисту робітників, обслуговуванням робочих місць і зовнішніми чинниками, які залежать від стану виробничих приміщень, що створюють певний мікроклімат.

Згідно з класифікацією умови праці поділяються на чотири класи: перший клас – оптимальні умови, другий клас – допустимі умови, третій клас – шкідливі умови, четвертий клас – небезпечні умови. З позиції безпеки праці розрізняють припустимий рівень цих факторів, що встановлюється спеціальними нормами.

Сприятливі умови праці покращують загальне самопочуття, настрої людини, і, навпаки, погані умови знижують якість праці, сприяють виникненню виробничого травматизму та захворювань. Компанія зацікавлена у наймі високопродуктивних співробітників, які працюють та отримують високі результати. Персонал прагне працювати в місці, де: їх роботу цінують та поважають, робоче місце безпечне, є можливість кар'єрного росту, дружній та позитивний колектив, справедливе керівництво.

Нині, коли підприємств стає дедалі більше, а молоді спеціалісти більш креативні та розвинені, постає питання, як найняти та утримати високопродуктивних працівників та отримувати від них найкращі результати. Гарним прикладом в цьому є компанія «Google», їх офіс без перебільшення найкомфортніший та найгарніший. На території є: безкоштовне харчування, кімнати з настільними іграми, спортзал, масажний кабінет. Також компанія дає різні можливості для розвитку своїх співробітників: безкоштовні кулінарні курси, субсидії на навчання, знижки на квитки до музею та багато іншого.

Так, можливо, більшість компаній не є такі успішні, як «Google», але можна почати з невеликих кроків: створити комфортні умови праці, ставити чіткі виробничі завдання тощо (рисунок 1).

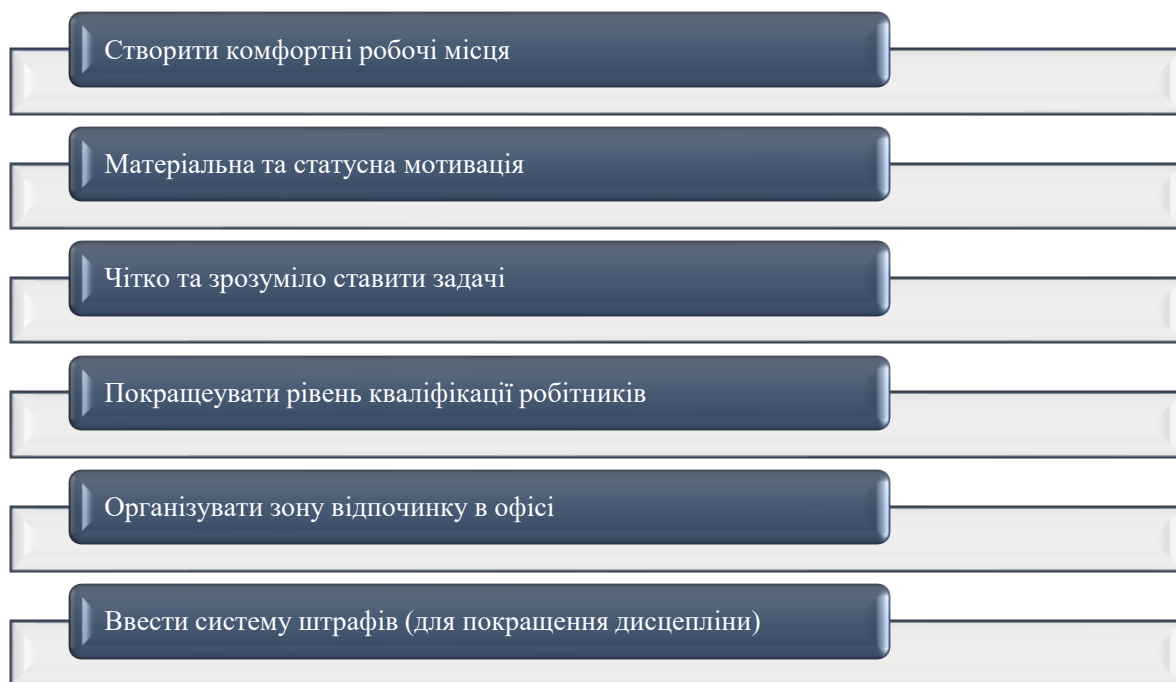


Рис. 1. Приклад засобів підвищення продуктивності працівників

Джерело: складено автором

Отже, як висновок варто зазначити, що співробітники, які задоволені своєю роботою, є важливим ресурсом успішної компанії. Для компанії життєво важливо переконатися, що для співробітників створено правильне середовище і вони можуть досягати максимальної продуктивності у своїй роботі. Необхідно створити найкращі умови для досягнення цієї мети. У такому разі це має принести найбільшу користь усім зацікавленим сторонам.

Молін Н. О., студентка 1-го курсу магістратури

Національний університет харчових технологій, natashamoln53@gmail.com

Науковий керівник: Петухова О. М., д-р екон. наук

Національний університет харчових технологій, ompetukhova@ukr.net

ERP-СИСТЕМИ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність компаній в сучасних умовах розвитку економіки залежить від їх здатності швидко адаптуватися до умов ринкового середовища. Із розвитком бізнес-процесів все більш затребуваними стають сучасні автоматизовані системи управління діяльністю підприємства, наприклад ERP-системи. Сьогоднішня парадигма функціонування фірм на ринку потребує оптимізації та стандартизації процесів, а також забезпечення підприємств достовірною та актуальною інформацією для здійснення ефективних управлінських рішень.

ERP (Enterprise Resource Planning) системи – це «клас систем управління виробництвом, трудовими ресурсами, фінансами і активами компанії, орієнтований на безперервне балансування та оптимізацію ресурсів підприємства за допомогою спеціалізованого інтегрованого пакета прикладного програмного забезпечення» [1].

На вітчизняному ринку представлена достатньо велика кількість систем, які відносять себе до класу ERP, але насправді автоматизують лише окремі сфери діяльності підприємства. Тому їх не можна вважати повноцінними ERP-системами, так як основним їх призначенням є інтеграція всіх функцій компанії в єдину систему, яка обслуговує абсолютно всі потреби окремих підрозділів та адаптована під специфічні умови діяльності фірми.

Комплексна автоматизація забезпечує повну функціональність для управління адміністративною та операційною діяльністю, об'єднуючи в єдиний ланцюг інформаційного простору всіх учасників бізнес-процесів підприємства. В свою чергу, це підвищує ефективність співробітників на кожному етапі їх діяльності та дозволяє їм використовувати актуальну інформацію, яка відображає реальний стан справ компанії. Впровадження такої системи має декілька ключових переваг:

- універсальність – впровадження ERP-систем є можливим для різних типів виробництва та сфер здійснення діяльності. Інструменти адаптуються під потреби та масштаби конкретної компанії;
- єдина платформа – за допомогою ERP-системи створюється єдине інформаційне середовище, яке полегшує та оптимізує роботу підрозділів;
- розподіл прав доступу – ERP-системи дозволяють налаштувати ієрархію доступу до певних даних, що допомагає підвищити рівень захисту корпоративних даних;
- якісне планування та облік – системи ERP зберігають та обробляють великий обсяг даних, що є необхідним для оптимального розподілу виробничих ресурсів та прийняття зважених управлінських рішень [2].

Вартість впровадження ERP-системи є індивідуальною для кожної компанії, як правило, це достатньо дорогий та довготривалий процес. Тому витрати на впровадження такої програми мають розглядатися керівництвом як стратегічні вкладення, які почнуть приносити прибуток в перспективі. В середньому цей термін складає 2-3 роки. Зазначимо, що вартість встановлення ERP-системи значно поступається росту прибутку в компанії, що впровадила дану систему. Проблеми, які можуть виникати під час функціонування описаної системи, пов'язані із низьким фінансуванням в навчання персоналу, у наслідок чого ERP-система використовується некоректно; наявністю «слабкої ланки» (департамент, партнер тощо), через яку ефективність системи може бути порушена.

Можемо зробити висновок, що дана система є більш актуальною для великих підприємств із складними виробничими процесами та широкою мережею філіалів. Адже в даному випадку досягається окупність системи за рахунок більш оптимального планування ресурсів і ефективного управління бізнес-процесами. Описану систему вважаємо менш доцільною для малого та середнього бізнесу за рахунок високої вартості та складності впровадження. Рішення про впровадження ERP може уповільнити процеси та привести до невиправданих збитків.

Протягом 2016-2019 років ринок ERP-рішень характеризувався позитивними тенденціями щодо зростання ринку. Але пандемія COVID-19 внесла пені корективи у діяльність підприємств та розвиток ERP-систем у компаніях. При цьому показники розвитку ринку показали позитивні результати. Тому розглянемо дане питання більш детально.

За даними дослідження компанії Gartner, «обсяг світового ринку ERP-систем у 2020 році досягнув 40 млрд. дол., збільшившись на 4% порівняно з показником минулого року. Поширення коронавірусу призвело до скорочення бюджетів підприємств, що в свою чергу обмежило поставки ERP-систем» [3]. Тому компаніям, які працюють на даному ринку, довелося переходити на нові моделі здійснення діяльності. Більшість великих компаній змогла досягти у 2020 році кращих результатів ніж в попередньому, за рахунок швидкого перерозподілу вибіркового вкладень та зміни пріоритетів. Можемо прийти до висновку, що пандемія COVID-19 підвищила актуальність впровадження ERP-систем організаціям-споживачам.

Впровадження ERP підвищує контроль за складовими бізнесу та забезпечує фундамент для подальшого розвитку фірми. За даними компанії Wiseadvice-IT, ERP є найбільш затребуваними в таких галузях: «виробництво – 33,66%, інформаційні технології – 14,85%, фінансові послуги – 13,86%, оптова та роздрібна торгівля 9,9% та 3,96% відповідно» [4]. ERP рішення є менш популярними у сфері освіти, будівництва, медицини тощо.

Таким чином, впровадження ERP-систем у діяльність підприємства є вимогою сучасних ринкових обставин для забезпечення ефективної діяльності компанії у конкурентному середовищі. Метою встановлення ERP є оптимізація витрат та ресурсів фірми. Дані система

дозволяє компанії швидко реагувати на зміни навколишнього ринкового середовища та приймати доцільні управлінські рішення. Але рішення про впровадження такої системи має базуватися на об'єктивній оцінці здійснення наявних бізнес процесів, доцільності їх оптимізації та фінансових можливостях.

Перелік посилань

1. Что такое ERP? Системы управления ресурсами предприятия [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://goo.su/c2v> (дата звернення: 30.11.2021).
2. Что такое ERP-системы. Преимущества и недостатки ЕРП [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://goo.su/9mq1> (дата звернення: 30.11.2021).
3. ERP-системы (мировой рынок) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://goo.su/KOf> (дата звернення: 30.11.2021).
4. Обзор российского рынка ERP-систем [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://goo.su/NV9> (дата звернення: 30.11.2021).

Нагорний П. В., студент групи ОА-181

Національний університет «Чернігівська політехніка», inn5665@gmail.com

Науковий керівник: Хоменко І. О., д-р екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», innakhomenko28@gmail.com

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Сучасний світ характеризується стрімкими процесами глобалізації та інтеграції. Завдяки цьому міжнародна торгівля дуже стрімко розвивається та охоплює в тій чи іншій мірі всі країни. Проте система міжнародних торговельних відносин є складною, комплексною. В цій системі одні країни мають суттєві переваги, великі частки експорту високотехнологічної продукції та імпорту сировини; інші ж не витримують умов конкурентного середовища. За таких умов дуже важливо вміти оцінювати захищеність та реалізацію національних інтересів у зовнішній торгівлі економік окремих країн, тобто *зовнішньоекономічну безпеку*, що зумовило актуальність дослідження.

Зовнішньоекономічна безпека, за визначенням А. Сухорукова [1], це «спроможність держави протистояти впливу зовнішніх негативних чинників і мінімізувати заподіяні ними збитки, активно використовувати участь у світовому поділі праці для створення сприятливих умов розвитку експортного потенціалу і раціоналізації імпорту, забезпечувати відповідність зовнішньоторговельної діяльності національним економічним інтересам...». Таке визначення в повній мірі характеризує специфіку явища зовнішньоекономічної безпеки.

До основних елементів зовнішньоекономічної безпеки можна віднести [2]:

- ❖ підходи до оцінки та запобігання ризикам зовнішньої торгівлі;
- ❖ особливості реалізації зовнішніх інтересів у зовнішній торгівлі;
- ❖ якісні та кількісні показники оцінки;
- ❖ державну політику з питань зовнішньої торгівлі;
- ❖ зв'язки системи зовнішньоторговельних відносин з іншими національними економічними системами.

Ми розглядаємо концептуальні підходи оцінки зовнішньоекономічної безпеки, тому акцентуємо уваго насамперед на якісних та кількісних показниках оцінки. Такі показники можна згрупувати у п'ять основних груп:

- інтенсивність торгівлі;
- ефективність торгівлі;
- структура торгівлі;
- динаміка торгівлі;
- торговельні обмеження.

Схарактеризуємо показники кожної групи більш детально [3].

1) **Інтенсивність торгівлі.** Показники цієї групи співвідносять чисельні показники зовнішньої торгівлі з людськими ресурсами країни та обсягом виробництва. Чим більше значення показників цієї групи, тим більшу вагу в національній економіці має зовнішня торгівля. Приклади показників: співвідношення експорту/імпорту та ВВП, частка експорту/імпорту на душу населення тощо.

2) **Ефективність торгівлі.** Показники цієї групи оцінюють зовнішню торгівлю через можливі прибутки/збитки від неї. Якщо прибутки перевищують збитки, то зовнішня торгівля є ефективною, в іншому випадку – неефективною. Приклади показників: ефективність експорту, бюджетна ефективність експорту, ефективність імпорту тощо.

3) **Структура торгівлі.** Показники цієї групи оцінюють структуру зовнішньоторговельного обороту за основними складовими елементами: різними типами продукції, експортом та імпортом, та іншими. Приклади показників: частка високотехнологічної продукції в експорті, індекс товарної диверсифікації тощо.

4) **Динаміка торгівлі.** Показники цієї групи оцінюють розвиток зовнішньої торгівлі в часовій перспективі. Розраховуються стандартні темпи росту та приросту для експорту, імпорту тощо.

5) **Торгівельні обмеження.** Показники цієї групи характеризують встановлені бар'єри у зовнішньоторговельних каналах. Прикладами таких бар'єрів є мито, квоти та інші державні інструменти.

Група показників торговельних обмежень є дещо нестандартною. Оцінка зовнішньоторговельної безпеки за показниками цієї групи є вторинною, а не первинною, адже полягає у диверсифікованому розмежуванні та проектуванні вже оціненого загального стану системи зовнішньоторговельних відносин на окремі країни/товари [4].

Запропонований концептуальний підхід оцінки зовнішньоторговельної безпеки країни полягає у первинному (загальному) та вторинному (диверсифікованому) аналізі стану системи зовнішньоторговельних відносин країни. Результат оцінки представляється у вигляді інтегрального індексу загального стану зовнішньоекономічної безпеки (на основі первинного аналізу) та висновків і рекомендацій щодо торгівлі окремими товарними групами з конкретними країнами (на основі вторинного аналізу). Послідовність етапів оцінки наступна:

- 1) оцінка загального стану зовнішньоекономічної безпеки країни:
 - 1.а) оцінка структури торгівлі;
 - 1.б) оцінка інтенсивності торгівлі;
 - 1.в) оцінка ефективності торгівлі;
 - 1.г) оцінка динаміки торгівлі;
- 2) розрахунок інтегрального індексу загального стану зовнішньоекономічної безпеки;
- 3) диверсифікована оцінка зовнішньоекономічної безпеки за товарними обмеженнями:
 - 3.а) оцінка за країнами;
 - 3.б) оцінка за товарами;
- 4) загальне співставлення та висновок.

Таким чином, актуальною проблемою сучасної макроекономічної теорії є оцінка зовнішньоекономічної безпеки країни, але єдина методологія такої оцінки відсутня. Запропонований підхід полягає у первинному оцінюванні загального стану системи зовнішньоекономічних відносин (структура, інтенсивність, ефективність, динаміка торгівлі) та вторинному диверсифікованому аналізу за товарними обмеженнями, що дозволяє ефективно оцінити зовнішньоекономічну безпеку країни.

Перелік посилань

Сухоруков А. І. Методологія оцінки рівня економічної безпеки. *Вісник КНТЕУ*. 2008. № 1. С. 49–55.

Яковенко В. С., Борщинська Т. Ю. Формулювання загроз та оцінювання рівня зовнішньоекономічної безпеки України. *Бізнес Інформ*. № 12. 2018. С. 71-77.

Стучинська Н. П. Зовнішньоекономічна безпека України в умовах глобалізаційної динаміки: проблема оптимальних співвідношень. *Інвестиції: практика та досвід*. № 8. 2016. С. 101-105.

Левко М. М. Індикативний підхід до оцінки зовнішньоекономічної безпеки держави у парадигмі сталого розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. № 4. 2015. С. 20-23.

Хоменко І. О., Садчикова І. В., Колоток М. О. Контролінг як інструмент підтримки достатнього рівня економічної безпеки та конкурентоспроможності промислового підприємства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 2 (26). С. 25-36.

Хоменко І. О., Волинець Л. М., Шамкало А. О. Особливості надходження прямих іноземних інвестицій та їхній вплив на економіку України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 1 (25). С. 15-26.

Нагорний П. В., здобувач вищої освіти групи ОА-181

Національний університет «Чернігівська політехніка», inn5665@gmail.com

Науковий керівник: Гнедіна К. В., канд. екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», gkv2015oa@gmail.com

ОБЛІК ТА АУДИТ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Мета діяльності будь-якого комерційного підприємства полягає у виробництві конкурентоспроможної продукції (наданні послуг), які відповідають сучасним вимогам та стандартам якості, зокрема екологічним вимогам. Дотримання таких стандартів та виконання вимог є складовою частиною концепції сталого розвитку. Звісно, екологічна діяльність підприємства потребує певного обсягу витрат (іноді, досить значних). Однак методологія управління, обліку та аудиту такого класу витрат недостатньо розроблена у вітчизняній практиці, хоча в розвинутих західних країнах підходи до господарського обліку екологічних відходів активно впроваджуються вже понад десятиліття. Саме тому проблематика дослідження особливостей обліку та аудиту екологічних витрат підприємства входить до пріоритетного кола завдань сучасної вітчизняної теорії та практики обліку.

За визначенням В. Леня та О. Колівешко, екологічні витрати – це «сукупність витрат за користування надрами та іншими природними ресурсами, плату за видобування корисних копалин, екологічний податок та витрати на природоохоронні заходи...» [1]. У наведеному визначенні підкреслюється неоднорідність екологічних витрат за походженням. Взагалі науковцями розроблено значну кількість підходів до класифікації екологічних витрат підприємства: за видами діяльності (операційні, інвестиційні, фінансові), за календарним періодом (витрати минулих періодів, витрати звітного періоду, витрати майбутніх періодів), за походженням (експлуатаційні, природоохоронні), за сферою виникнення (внутрішні, зовнішні) тощо [2].

До основних завдань бухгалтерського обліку екологічних витрат відносять [3]:

- ❖ формування та надання повноцінної актуальної інформації про обсяги здійснених екологічних витрат підприємством для подальшого ефективного прийняття управлінських рішень;
- ❖ контроль суми та структури екологічних витрат;
- ❖ сприяння збереженню природних ресурсів як для суспільних потреб, так і для подальшої виробничої діяльності.

Відповідно до зазначених завдань та специфіки екологічних витрат можемо визначити два основні шляхи інтеграції обліку екологічних витрат в загальну систему господарського обліку [4]:

- диференціація фінансової звітності, яка полягає в уточненні даних про витрати підприємства, відображенні у фінансовій звітності (балансі) витрат, пов'язаних з екологічною діяльністю;

• розширення фінансової звітності, що полягає у введенні додаткових форм звітності, таких як екобаланс, які відображатимуть деталізовані в достатній мірі дані стосовно екологічних витрат підприємства.

Екологічні витрати характеризуються складною різномірною структурою. Поширений підхід віднесення виробничих екологічних витрат на конкретну продукцію доцільний лише за умови належності екологічних витрат до прямих витрат на виробництво. В інших випадках слід розподіляти екологічні витрати за місцями виникнення. Крім того, зважаючи на різномірність, недоцільним є аналіз арифметичної суми всіх екологічних витрат підприємства.

Автори Л. Очеретянюк та А. Другакова пропонують конкретні практичні вдосконалення системи обліку та аудиту з урахуванням екологічних витрат [5]. По-перше, в плані рахунків слід виокремити субрахунок у складі рахунка 84 «Інші операційні витрати», на якому відображати витрати екологічної діяльності підприємства. Відносно до екологічних витрат пропонується виокремити додаткову форму внутрішньої звітності – Звіт про екологічні витрати. Дані цього звіту слід використовувати при заповненні Звіту про фінансові результати, який також слід розширити внесенням додаткових рядків «Екологічні витрати» та «Екологічні доходи».

Окремо розглянемо витрати на усунення відходів, їх пропонується групувати за такими категоріями [2]:

- на знищення шкідливих відходів;
- на переробку шкідливих відходів;
- на оренду місць для захоронення шкідливих відходів;
- на реутилізацію паперових матеріалів;
- на перевезення пакувальних матеріалів.

Таким чином, важливість обліку та аудиту екологічних витрат зумовлюється концепцією сталого розвитку. Саме тому необхідно диференціювати та розширювати внутрішню та зовнішню звітність з метою відображення даних екологічної діяльності підприємства.

Перелік посилань

Лень В., Колівешко О. Екологічні збитки, витрати та втрати: поняття, зміст. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2014. № 2. С. 11-18.

Колісник О.П., Гордієнко Т.В. Облік екологічних витрат у системі управління підприємством в умовах сталого розвитку. *Modern Economics*. 2020. № 19. С. 69-75.

Замула І.В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності: теорія та методологія: дис. доктора екон. наук: 08.00.09. Житомир. 2010. 498 с.

Савченко О.Ф., Артюх О.В., Мілька А.І. Екологічна економіка : навчальний посібник. Полтава, 2001. URL: https://studopedia.su/13_57642_navchalna-programa.html (дата звернення: 16.12.2021).

Очеретько М.Л., Другакова А.С. Удосконалення обліку витрат екологічної діяльності. *Економічна наука. Економіка та держава*. 2018. N 1/2018. С. 50-54.

Нагорний П. В., здобувач вищої освіти групи ОА-181

Національний університет «Чернігівська політехніка», inn5665@gmail.com

Науковий керівник: Гнедіна К. В., канд. екон. наук

Національний університет «Чернігівська політехніка», gkv2015oa@gmail.com

СИСТЕМА ЗНИЖОК, ПРОМОКОДІВ ТА АКЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ У ЗАВОЮВАННІ ПРИХИЛЬНОСТІ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

В останні десятиріччя щорічно зростає значення онлайн-простору в житті людини. Інтернет став основним засобом та джерелом глобалізації. Все більше людей витрачають щоденно години на онлайн-середовище. Розвиток цифрових технологій сильно пришвидшила пандемія COVID-19. В результаті, за даними We Are. Social та Hootsuite [1], в 2020 році інтернетом користувалися 4,66 млрд людей (59,5 % всього населення світу). При цьому 76,8 % всіх інтернет-користувачів здійснюють інтернет-покупку хоча б один раз в місяць. Таким чином, інтернет-простір використовується не тільки в розважальних та навчальних цілях, а й в комерційних. Велика

кількість підприємств, особливо з початку пандемії COVID-19, почала здійснювати електронні продажі. В результаті інтернет-простір перетворився в надзвичайно конкурентне середовище. Відповідно, компанії шукають ефективні інструменти завоювання прихильності на просторах інтернету. Одним з таких інструментів є система знижок, акцій та промокодів.

Загальна концепція знижок, акцій та промокодів однакова – тимчасове ексклюзивне зниження ціни товару/послуги, яке встановлюється за умови настання певної особливої ситуації (купівля покупцем декількох товарів, відкриття магазину, сезонний розпродаж тощо). Проте, між цими поняттями є деяка різниця [2].

Знижка – це фактично і є пряма реалізація зазначеної вище концепції. Тобто ціна певного товару знижується за певних умов, про що обов'язково інформується публіку. Акція – це певна незвичайна пропозиція компанії, підґрунтям якої виступає знову таки звичайна знижка. Акції мають такі переваги:

- інноваційна, креативна форма пропозиції, яка привертає увагу;
- додаткове ефективне використання наданої знижки (наприклад, збут товарів, які гірше продаються).

Промокод – це також знижка, але персональна. Тобто покупцю надається певне слово, вказавши яке він зможе отримати знижку. Для компанії в економічному плані різниця між знижкою та промокодом відсутня, але промокод дає покупцю можливість відчувати особливе ставлення до нього, певну персоналізацію, завдяки чому стимулює до покупки.

Психологічна особливість знижок спирається на відчуття унікальності можливості. Ця унікальність може виявлятися за наступними напрямками [3]:

- унікальність ситуації (пропозиція знижки за більший обсяг, звичайний торг);
- унікальність товару (знижка, акція на новий товар);
- унікальність магазину (розпродаж магазином залишків пропозиції);
- унікальність клієнта (персональні знижки, промокоди);
- унікальність часу (сезонні, добові знижки).

Існують різні класифікації акцій, знижок. Наприклад, за однією класифікацією знижки розділяються на маркетингові, збутові, логістичні [4]. Але в контексті нашого дослідження, коли взаємодія в інтернет-просторі відбувається переважно в площині «продавець-клієнт», слід розглянути іншу класифікацію, яка ґрунтується на умові застосування акції. Отримана класифікація наведена в таблиці 1.

Таблиця 1. Класифікація знижок (акцій) за умовою застосування

Назва	Характеристика	Мотив компанії	Приклади
Безумовні знижки	Знижки на певний сегмент товарів для всіх покупців на невстановлений чітко період	Збут запасів, швидке отримання виручки	Розпродаж у зв'язку з ліквідацією
Знижки на певний обсяг товару	Знижка може бути рівномірною чи нерівномірною, але головна умова застосування того чи іншого рівня знижки – обсяг товару	Стимулювання збуту певного товару, збільшення середньої суми чеку покупця	Безкоштовна п-на одиниця товару, кумулятивні знижки
Знижки на певний період продажу товару	Головна умова застосування – певний чітко встановлений (можливо, ритмічний) період дії знижки	Підвищення прибутку в певні періоди, сегментація аудиторії покупців, збут запасів	Сезонні знижки, вечірні/ранкові знижки, «Чорна п'ятниця»
Знижки певному клієнту	Виокремлення на тих чи інших підставах клієнта, персоналізація	Стимулювання попиту покупця, забезпечення наявності постійних клієнтів	Промокоди, програми лояльності
Знижки на конкретний товар	Знижка встановлюється на конкретний товар, фокус акції не на її період, а на сам товар	Стимулювання продаж нових чи малопопулярних товарів, тих, що швидко псуються	Знижка на новий товар в магазині

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, система знижок, промокодів та акцій є ефективним інструментом у завоюванні прихильності на просторах інтернету. Поняття знижки, акції та промокоду дещо відрізняються, хоча за своєю суттю як знижка, так і промокод є акцією. Основна перевага запровадження знижок, промокодів та акцій – психологічний аспект впливу. Також, запропоновано класифікацію знижок (акцій) за умовою застосування: безумовні знижки, знижки на певний обсяг товару, знижки на певний період продажу товару, знижки певному клієнту, знижки на конкретний товар.

Перелік посилань

We Are. Social. Digital 2020. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020/> (дата звернення: 10.12.2021).

Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навчальний посібник 2-ге вид., виправл. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 214 с.

Скригун Н. П., Розумей С. Б. Тактичні прийоми ціноутворення в контексті маркетингових цінових рішень. *Наукові праці НУХТ*. 2011. № 40. С. 122-126.

Амалян А.В. Методологічні підходи до класифікації знижок і бонусів для цілей обліку. *Бізнес-навігатор*. 2015. № 2(37). С. 6-13.

Немчик В. В., студентка 2 курсу, група МР-201

НУ «Чернігівська політехніка», anesteysal6@gmail.com

Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент

НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

Сучасні тенденції в світі призвели до появи в суспільстві значної кількості споживачів, які надають перевагу здоровому харчуванню у контексті європейських та світових цінностей. Для задоволення їхніх потреб і виник соціально-орієнтований еко-маркетинг.

Зростання уваги до екологічних проблем сприяло розробці підприємствами нової концепції «зеленого маркетингу», згідно якої маркетингові зусилля спрямовані на виробництво, реалізацію та споживання продуктів, що не шкодять здоров'ю та навколишньому середовищу. Зелений маркетинг включає в себе широкий спектр заходів: модифікацію продукту, зміни у виробничому процесі, зміну упаковки, зміну реклами. Маркетинг, що просуває екологічні ініціативи підприємства, служить сполучною ланкою між корпоративною і прибутковою діяльністю.

Інноваційний шлях розвитку є дієвим способом виживання підприємства на ринку жорсткої конкуренції та стратегією його конкурентної боротьби. Тому розроблення та просування на ринку будь-якої інновації, а тим паче – екологічної, в сучасних умовах господарювання сприймається дуже позитивно як товаровиробником, так і споживачем.

Все більше вчених, винахідників і підприємців навчаються у природи та переосмислюють продукти та бізнес-моделі, щоб допомогти вирішити найнагальніші екологічні та соціальні проблеми. На основі цього виникають нові тенденції в розрізі «еко-маркетингу», зокрема використання на підприємствах енергоефективних технологій [1].

У сфері збуту готової продукції актуальності набуває використання екологічно чистого транспорту до якого можна віднести електрокари та літаки з водневими двигунами, які завдають найменшої шкоди навколишньому середовищу.

Маркетинг просування в сьогоденні також набуває значення «еко», використовуючи тільки екологічно чисті матеріали в розробці упаковки або засобах реклами. Тому якщо продукт не піддається біологічному розкладу, принаймні він повинен бути стійким, придатним для повторного використання або багаторазового використання, а це означає, що екологічно чисте виробництво має бути проблемою для всіх брендів у сучасному світі виробництва.

Екологічний маркетинг є одним з найперспективніших методів привернення уваги споживачів до своєї продукції в соціальних мережах та займає провідні позиції в сучасних тенденціях. Споживачі починають поступово втрачати довіру до традиційних медіа та ігнорувати їх. Усе більшого значення для них набувають рекомендації відомих блогерів або знаменитостей, що транслиують екологічну свідомість, використання тільки екологічно чистої продукції, як обов'язкову частину свого повсякденного життя [2].

Важливим завданням, що стоїть перед маркетологами, є визначення того, які споживачі готові платити більше за екологічно чисті продукти. Міжнародна торгівля зі скороченнями парникових газів має великі перспективи як джерело нового фінансування для сталого розвитку, але цей ринок може бути значною мірою недоступний для багатьох проєктів меншого масштабу, віддалених спільнот і найменш розвинених населених пунктів [3].

Екологічний маркетинг має низку переваг серед яких: впровадження стійких методів ведення бізнесу, підвищення довіри до бренду, вирізнення на ринку, що стає все більш конкурентним та зміцнення відносин з потенційною аудиторією. Створюючи екологічно чисті продукти, підприємства зменшують негативний вплив відходів на природу, збільшуючи свій дохід та авторитет серед споживачів [4].

Екотовари для вітчизняного покупця стали не привілеєм і способом протесту, а повсякденністю, продиктованою корисністю товару для здоров'я, стилем і способом життя – усе це стало частиною світового екологічного тренду і вимагає відповідного ставлення до ведення бізнесу.

Екологічний спосіб споживання в Україні тільки набирає обертів, і перед вітчизняним виробником відкриваються великі можливості для впровадження еко-інновацій та застосування еко-технологій. Потрібно лише правильно побудувати маркетингову стратегію для досягнення поставленої мети, а також з високою точністю визначити коло цільової аудиторії, на яку буде спрямований цей сегмент ринку.

Перелік посилань

1. Sustainable brands «10 Nature-Inspired Innovations Compete for 2021 Ray of Hope Prize». URL: <https://sustainablebrands.com/read/product-service-design-innovation/10-nature-inspired-innovations-compete-for-2021-ray-of-hope-prize>.

2. Онлайн-видання “Бізнес Цензор”. Чому в Україні боротьба з пластиком превратилась в імітацію. URL: https://biz.censor.net/columns/3140277/chomu_v_ukran_borotba_z_plastikom_peretvorena_na_mtatsyu.

3. Bernoff J. The POST Method: A systematic approach to social strategy. URL: <http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>.

4. Rockcontent, blog «Check Out These 5 Innovative Green Marketing Examples». URL: <https://rockcontent.com/blog/green-marketing-examples>.

Омельченко Ю. В., студентка 3 курсу

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, yulya.9912@gmail.com

Науковий керівник: Лохман Н. В., д-р екон. наук

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, lokhman@donnuet.edu.ua

МОНІТОРИНГ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Активізація інноваційного розвитку дозволяє забезпечувати тривале ефективне функціонування підприємств відповідно до інноваційного вектора й отримувати бажаний економічний результат в умовах сучасної жорсткої конкурентної боротьби.

Протягом 2018–2020 рр. частка інноваційно активних підприємств порівняно з попереднім періодом знизилась майже у три рази в основному за рахунок зменшення частки підприємств, які були зайняті в промисловості та торгівлі [1].

Із загальної кількості обстежених підприємств 7,2% займалися лише технологічними інноваціями, 12,0% – лише організаційними та маркетинговими інноваціями, 6,6% – технологічними й нетехнологічними інноваціями. Разом з тим частка підприємств із технологічними інноваціями зменшилася на 3,5 в.п. Обсяг реалізованої інноваційної продукції в 2020 р. склав 59509 млн. грн., що на 20388 млн. грн. більше ніж у 2018 р., тоді як обсяг реалізованої інноваційної продукції нової для ринку знизився у 2020 р. порівняно з 2018 р. на 5285 млн. грн. Обсяг реалізованої інноваційної продукції нової лише для підприємства збільшився у 2020 р. у 2,11 разів, тобто підприємства України впроваджують більш інтенсивно інновації, які не представляють собою радикальні інновації, а забезпечують реалізацію інновацій, які мають місце в інноваційному просторі окремої галузі [2]. Кількість упроваджених у звітному році інноваційної продукції в 2018 р. склала 3843 млн. грн, в 2019 р. – 2148 млн. грн., в 2020 р. – 4066 млн. грн., тобто має місце ступінчата траєкторія впровадження інноваційної продукції на промислових підприємствах України. Конкретизація видів інновацій на підприємствах України представлена на рисунку 1.

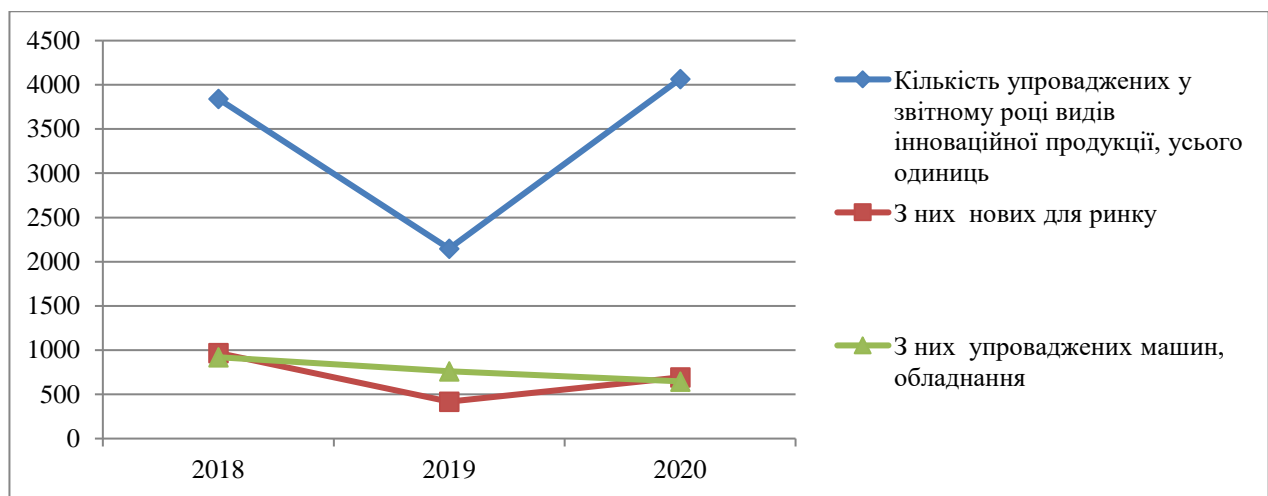


Рис. 1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Отже, інноваційний розвиток підприємств України передбачає функціонування інноваційно активних підприємств, які забезпечують розробку та впровадження різних типів інновацій, а також залучення інновацій з інноваційного простору.

Перелік посилань

1. Кількість інноваційно активних підприємств за видами економічної діяльності. Укрстат. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності. Укрстат. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Петрук С. В., студентка 1 курсу спеціальності «Маркетинг»
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Науковий керівник: Сак Т. В., канд. екон. наук, доцент
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: ІНСТРУМЕНТИ ТА КАНАЛИ

На сучасному етапі розвитку бізнесу ні одна компанія не може обійтися без цифрового (digital) маркетингу. Це пояснюється швидким розвитком цифрових технологій, все більшим ростом користувачів мережі Інтернет та пандемією COVID-19. Саме ці чинники зумовили високу ефективність використання цифрових інструментів в маркетингових стратегіях.

За допомогою інструментів цифрового маркетингу можливо більш ефективно організувати вивчення попиту, просування та стимулювання збуту, більш виважено підходити до ціноутворення, створювати впізнаваний бренд, більш якісно задовольняти потреби споживачів тощо [2].

Часто компанії стикаються з проблемою просування свого продукту чи послуги. Саме тоді вони звертаються до інструментів цифрового маркетингу. Варто зазначити, що для кожної компанії мають застосовуватися різні інструменти, з врахуванням особливостей продукту чи послуги, цільової аудиторії, витрат та етапу воронки, на якій знаходиться лід, або ж стадії, на якій знаходиться компанія у маркетинговій стратегії.

Найкращої ефективності компанія може досягти лише за умови використання декількох інструментів, адже використання лише одного не забезпечить бажаного результату. Доцільно використати всі можливі інструменти digital-маркетингу, а потім обрати ті, які найкраще працюють в заданому плані дій.

Виокремлення та класифікація інструментів digital-маркетингу дуже відрізняється. Проте на мою думку, основними є:

1) SMM (Social Media Marketing) – вид маркетингу, у якому залучення клієнтів та просування товару відбувається за допомогою соціальних мереж. Через велику кількість користувачів соцсайтів SM-маркетинг може використовуватися як для підтримки бренду компанії, так і для його розширення чи виведення на ринок.

2) SEO (Search Engine Optimization) – оптимізація сайту в онлайн-службах, які можна використовувати для пошуку інформації в мережі Інтернет.

3) Landing сторінка (сторінка-вітрина) – посадкова сторінка, на яку переходить користувач при огляді сайту. Саме з цієї сторінки майбутній покупець може ознайомитися з продуктом, який представляє компанія, його змістом. Саме ця сторінка допомагає користувачу зробити вибір: купувати товар чи ні.

4) Emails – розсилка відомостей про товар та його просування відбувається через електронну пошту. Доцільно врахувати, що досить багато людей скептично відносяться до e-mail розсилки та вважають її спамом. Саме тому потрібно правильно влаштувати та оформити надсилання інформації відповідно до цільової аудиторії, щоб досягти максимальної ефективності при використанні цього інструменту.

5) UX (User experience) – інструмент, за допомогою якого людина може взаємодіяти з продуктом компанії. В перекладі UX – досвід при користуванні продукцією чи послуг: враження, емоції, практичність.

6) Chatbot (чатбот) – це програма, яка спілкується з клієнтами компанії. На сьогодні, компанії вбачають все більшу доцільність використання цього інструменту, адже він знижує витрати, наприклад, на заробітну плату менеджерам по спілкуванню з клієнтами, а також надає можливість клієнтам отримувати відповіді на запитання чи оформлювати замовлення цілодобово.

Використання згаданих вище інструментів можливе лише за допомоги цифрових каналів (табл. 1). На сучасному етапі найбільше використовуються [1; 3]: мобільні пристрої, комп'ютери, планшети та інші, що надають доступ до Інтернету; пошукові системи; мережа Інтернет; системи організації сайтів; системи, за допомогою яких компанії можуть взаємодіяти з потенційними клієнтами.

Таблиця 1 – Узагальнення каналів і інструментів digital маркетингу

Цифрові канали	Інструменти digital маркетингу
Цифрові пристрої	Відео, пошукова контекстна реклама, медійна реклама, E-mail повідомлення, візуальний пошук, чат-боти
Пошукові системи	пошукова контекстна реклама, SEO, медійна реклама, візуальний пошук
CMS сервіси	пошукова контекстна реклама, візуальний пошук, чат-боти
CRM системи	E-mail повідомлення, чат-боти
Інтернет просування	Відео, пошукова контекстна реклама, E-mail повідомлення, SEO, медійна реклама, візуальний пошук, чат-боти

Джерело: [2]

Саме за допомогою цифрових каналів компанії можуть швидко розповсюджувати інформацію та миттєво взаємодіяти із споживачами. Завдяки інструментарію цифрового маркетингу можна здійснювати емоційний та психологічний вплив на потенційних клієнтів

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки та науково-технічного прогресу підприємствам важко досягти високих позицій на ринку без застосування digital-маркетингу у своїй плані просування товарів чи послуг. Цифровий маркетинг – це засіб взаємодії підприємств з ринком за допомогою цифрових каналів та інструментів.

Завдяки цифрового маркетингу компанії мають можливість створювати цікавий та ефективний контент як для підтримки так і для просування компаній. Щоб досягнути максимальної маркетингової ефективності компаніям слід випробовувати різні інструменти та канали digital-маркетингу. Не можна виокремити якийсь один найрезультативніший інструмент, адже кожен з них працює відповідно до особливостей брендованого товару та цільової аудиторії компанії.

Перелік посилань

1. Мізіна О. В., Гончар В. В. Дванадцять інструментів digital маркетингу. *Digitalization of the economy as a factor of sustainable development* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Маріуполь, 25-26 трав. 2021. С. 70-72
2. Базалієва, Л., І. Сіренко. Цифрові канали та інструменти digital-маркетингу. *Scientific collection «Interconf»*. 2020, №1(37). С. 229-232. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/6837>
3. Романенко Л.Ф., Семчук Ж. В. Цифровий маркетинг: особливості, інструменти, тенденції розвитку в сучасному світі. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. Львів, 2021. №28. С. 265-270. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/414>.

Пецій Н. М., здобувач вищої освіти 4 курсу, група УП-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», ee3375bb8@gmail.com
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», Ira41215@ukr.net

УМОВИ ПРАЦІ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

У сучасних реаліях життя ставиться велике питання створення безпечних умов праці у зв'язку з впровадженням технологічних процесів які не несуть небезпеки для життя чи здоров'я працівників на робочих місцях. Це система правових, технічних, економічних, санітарно гігієнічних заходів які спрямовані на запобігання нещасних випадків та інших типових ситуацій.

За оцінками МОН, кожного року в наслідок нещасних випадків на роботі або у зв'язку з хворобою за місцем або типом роботи гине близько 2,3 млн. осіб або 6000 осіб кожного дня. За цими даними відбувається приблизно 340 млн. нещасних випадків на робочому місці та 160 млн. постраждалих у наслідок захворювань викликаних їхнім місцем працевлаштування. Водночас матеріальні збитки на лікування сягають 1,25 трлн. доларів.

Причиною таких великих матеріальних витрат є шкідливі і небезпечні умови праці. Саме через це роботодавцям потрібно усвідомити і надати належну безпеку праці та захисту працівників що захистять від нещасних випадків, травм як психічних так і фізичних.

Грошові витрати які було виділено на ліквідацію нещасних випадків на виробництві та запобігання професійних захворювань є досить значні. В інших країнах світу цю проблему вже давно вирішили таким чином: набагато вигідніше вкладати гроші в охорону праці, ніж кожного разу виплачувати грошові компенсації постраждалим. Роботодавці мають розробляти максимально ефективні системи охорони праці для працівників тому. В цьому зацікавлені як роботодавець так і його працівники.

Саме тому, розгляд цих проблем та їх вирішення – одне з найбільш важливих завдань у розробці нових технологій і систем виробництва. Дослідження й виявлення можливих причин виробничих нещасних випадків, професійних захворювань, аварій, вибухів, пожеж, і розробка заходів і вимог, спрямованих на усунення цих причин дозволяють створити безпечні й сприятливі умови для праці людини. Комфортні й безпечні умови праці – один з основних факторів, який впливає на продуктивність і безпеку праці, здоров'я працівників.

Пікуль Є. Ю., здобувачка вищої освіти 3 курсу, група МР-191
Національний університет «Чернігівська політехніка», lizapikul1@gmail.com
Науковий керівник: Рябов І. Б., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», riaboff@ukr.net

АНАЛІЗ МЕДІЙНОГО РЕКЛАМНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

В наш час спостерігається зростання українського медійного ринку, яке пов'язане з розширенням можливостей обігу мультимедійних продуктів, впровадженням інформаційних технологій практично у всі сфери життя та розвитком мобільної електронної комерції. Внаслідок цього, зростає рекламна активність на медіа-ринку, що, в свою чергу, зумовлює необхідність проведення дослідження стану медійного рекламного ринку України.

Набридливі спливаючі банери вже давно пішли в минуле. Зараз медійна реклама представлена у різних форматах та на різних майданчиках, що дає простір для творчості та можливість для вирішення багатьох завдань. Медійна реклама – графічні, відео-, звукові та текстові оголошення, які мають на меті залучення аудиторії. Такий тип реклами впливає емоційне сприйняття аудиторії. Головною метою медійної реклами є не прямий продаж, а представлення компанії чи її товарів та послуг. Медійна реклама має сформувані в користувачів позитивне ставлення до компанії та її продуктів, а також створити потрібні асоціації. У широкому значенні до медійної реклами можна зарахувати майже всі види реклами: ТБ, радіо, ЗМІ тощо. Саме тому варто розділити медійну рекламу на онлайн та офлайн.

Медійна реклама дозволяє вирішити одразу кілька завдань: розповісти про свій бренд або продукти широкої аудиторії, збільшити відвідуваність сайту і навіть підвищити рівень продажів. Здатність медіа бути носієм реклами залежить від виду та від розвитку медіа у країні. Телебачення може транслювати рекламні повідомлення в широкі аудиторії, проте є дорогим носієм реклами. Реклама на радіо цікава тим, що різні формати можуть приваблювати різноманітні аудиторії на локальних ринках, проте аудиторія не є стабільною. Реклама у пресі та журналах дозволяє краще охоплювати цільову аудиторію, а також можливість подавати інформацію у рекламних повідомленнях. Водночас рекламні повідомлення у пресі можуть загубитися серед багатьох інших, а також мають коротку тривалість «життя». А недоліками реклами у журналах є низьке проникнення усього ринку та довготривала процедура зміни рекламного повідомлення. Проте особливостями онлайн-медіа є їхня безпосередність та інтерактивність, висока властивість відбирати цільову аудиторію, а інформацію можна подавати за запитом без обмежень [1].

За 2021 р. загальний обсяг реклами в Україні становив 31053 млн грн, що на 26,7% більше, ніж за 2020 р. Позитивною динамікою характеризуються усі складники медійного рекламного ринку.

Ринок ТБ реклами в 2021 році не тільки ріс, а й робив це швидше за прогнози, адже вже з червня SOR (sold out rate) на основних каналах досяг 100%, що призвело до двозначної інфляції за підсумками року, хоча ще в березні прогноз медіа аудиторів перебував у діапазоні 1-5%.

Експерти ринку реклами в пресі наголошують, що у 2021 році зміцнилась тенденція збільшення частки реклами, яку видавничі компанії залучають самостійно. В середньому 70% реклами, яка сьогодні розміщується в друкованих медіа, видавці залучають самостійно, і 30% розміщують рекламні агентства.

Вагомою тенденцією є активність видавничих компаній на ринку цифрових продуктів. За оцінками Української Асоціації Медіа Бізнесу (УАМБ) приблизно половину доходів видавничих компаній сьогодні складає виручка від розміщення реклами в друкованих медіа, а другі 50% це оплата за різноманітні рекламні прояви в цифрових продуктах.

В цьому році збільшили інвестиції в радіо рекламу в кілька разів такі категорії, як онлайн-казино та букмекери. На цій платформі також найбільш активно рекламують лікарські препарати, e-commerce, кондитерські вироби, морозиво та бренди.

В ООН Media (зовнішня реклама) найбільше зростали такі категорії: комп'ютерна техніка, зв'язок, медицина, продовольчі товари, торгівля.

Не менш стрімке зростання продовжилось у Digital складовій ринку зовнішньої реклами – як інвентарю у всіх обласних центрах України, так і клієнтів, що стали регулярно використовувати ці носії у своїх рекламних кампаніях – особливо з категорій нерухомості, розваг, автотранспорту. Ринок Digital зовнішньої реклами зріс на 78% у 2021 році в порівнянні з 2020.

Зростання інтернет-ринку між 2020 та 2021 роком очікується на рівні 48%, що пояснюється і подальшою домінацією глобальних гравців, і низьким порогом входу, розвитком Programmatic (автоматизована покупка реклами в інтернеті), і, частково, постковідним адаптаційним пожвавленням індустрії та перелокацією бюджетів з традиційних офлайн медіа [2].

Ось лише основні зміни, виклики і тренди ринку диджитал-реклами в 2022 році:

- у 2022 році буде гостро стояти проблема крос платформної атрибуції та ідентифікації користувачів;

- кількість відеореклами та її ефективність буде продовжувати розвиватися;

- мобільні додатки ще більше укріплять свої позиції в якості основного джерела розвитку та послуг, а оновлення IDFA змінить ринок реклами на iOS;

- бренди будуть виділяти більші рекламні бюджети на підкастах;

- ймовірні нові хвилі об'єднань і поглинань на ринку аудіореклами.

Підсумовуючи, можна сказати, що реклама є безпрограшним засобом продажу товарів і засобом впливу на аудиторію. За підсумками 2021-го року рекламний медіа ринок України, не зважаючи на ситуацію з COVID-19, виріс майже на 27%, тож можна впевнено дивитись у майбутнє.

Перелік посилань

1. Аналіз медійного ринку України. *Електронний журнал «Ефективна економіка»* URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4983> (дата звернення: 02.12.2021).

2. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2021 і прогноз об'ємів ринку 2022. *Всеукраїнська рекламна коаліція*. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/> (дата звернення: 02.12.2021).

3. 64 Digital Advertising Terms Every Marketer Should Know. *Act-on*. URL: <https://act-on.com/blog/63-digital-advertising-terms-every-marketer-should-know/> (дата звернення: 04.12.2021).

4. Haylee Reed (2021), Navigating Social Media Advertising in 2021: How to Choose the Right Platform and Ads for Your Brand. *Bigcommerce*. URL: <https://www.bigcommerce.com/blog/social-media-advertising/#how-to-manage-your-social-media-advertising-campaign> (дата звернення: 04.12.2021).

5. OECD (2020), Competition in digital advertising markets. *Oecd*. URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/competition-in-digital-advertising-markets-2020.pdf> (дата звернення: 04.12.2021).

Пікуль Є. Ю., ЗВО 3 курсу гр. МР-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», lizapikul1@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»,

svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Однією з характерних особливостей сучасності є швидкий розвиток нових цифрових технологій, їх проникнення в усі сфери життєдіяльності суспільства, що зумовлює кардинальні зміни в економічній, культурній та соціальній сферах життя. Насамперед це пов'язано з пандемією COVID-19. Саме локдаун змусив не тільки поставити на порядок денний цифрову трансформацію, а й робити вирішальні кроки, спрямовані на збереження бізнесу.

Цифровізація направлена на трансформацію існуючих галузей економіки та створення нових, а також проведення змін, більш ефективних і сучасних, у всіх сферах життєдіяльності. Досягти мети цифровізації можливо лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які її стосуються, будуть інтегровані у стратегії і програми розвитку на всіх рівнях господарювання: національному, регіональному та галузевому.

Цифровізація є визнаним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, громадської та особистої діяльності [1].

У грудні 2019 року Мінцифри було розроблено бренд цифрової України – Дія. Це екосистема, яка складається з таких компонентів як: мобільний застосунок та портал Дія; проекти Дія. Цифрова освіта; Дія. Бізнес тощо. Сьогодні ними користуються понад 10 млн осіб. Робота Міністерства цифрової трансформації України спрямована на те, щоб населення змогло швидко та просто отримати державні послуги, а наша держава стала найзручнішою країною для громадян.

Наразі Україна першою в світі запровадила цифрові паспорти у смартфоні, які стали повними юридичними аналогами звичайних документів, і займає четверте місце в Європі із впровадження цифрових водійських посвідчень. Крім того, на порталі Дія за кілька секунд можна зареєструвати бізнес – це найшвидше у світі [2].

До 2024 року в нашій державі заплановано оцифрувати всі державні послуги, доступом до якісного інтернету буде охоплено 95% населення, шість мільйонів українців навчать базовій цифровій грамотності, обсяг надходжень до ІТ-галузі зросте втричі [3].

Понад один мільйон українців незабаром отримають доступ до фіксованого оптичного інтернету, а це – тисячі українських сіл та об'єктів соціальної інфраструктури – школи, лікарні, бібліотеки [3].

Для прискорення цифровізації країни Мінцифри запровадила унікальну посаду – CDTO. Мова йде про заступників з цифрової трансформації, які сьогодні вже є в кожному міністерстві та поступово з'являються в обласних державних адміністраціях та громадах.

З 24 серпня 2021 року держоргани вже не мають права вимагати паперові документи у громадян, якщо вони є в електронних реєстрах. Режим «без паперів» повинен прискорити цифровізацію нашої країни та забезпечити максимально комфортні умови кожному українцю [4]. Переведення всіх державних послуг в онлайн дозволить ліквідувати посередництво та вплив людського фактора, які є основою корупції. Тобто цифрову трансформацію можна вважати важливим інструментом для подолання корупції [3].

Незважаючи на те, що перехід до цифрової трансформації для України є не легким, цифровий формат стає невід'ємною частиною життя в сучасному світі. Прикладами впровадження цифровізації є додаток Дія, дистанційне навчання, перехід до цифрового документообігу, медична цифрова реформа та багато іншого. Створюються окремі відділи, які займаються розробкою стратегій цифрової трансформації на підприємствах, завдяки цьому з'являються нові робочі місця, попит на нові професії. Це значно укріпить конкурентоспроможність бізнесу.

Перелік посилань

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення 1.12.21).
2. Михайло Федоров: Цифровізація забезпечить зростання української економіки на 10-12% на рік. Урядовий портал: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/news/mihajlo-fedorov-cifrovizaciya-zabezpechit-zrostannya-ukrayinskoji-ekonomiki-na-10-12-na-rik> (дата звернення 1.12.21).
3. Президент: Украина делает первый шаг к электронной демократии – портал «Дія» запускает электронные петиции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/ru/news/prezident-ukrayina-robot-pershij-krok-do-elektronnoyi-demokr-68485> (дата звернення 1.12.21).
4. Цифровізація – це поступове перетворення усіх державних послуг на зручні онлайн-сервіси. Рівненська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rv.gov.ua/news/cifrovizaciya-ce-postupove-peretvorennya-usih-derzhavnih-poslug-na-zruchni-onlajn-servisi> (дата звернення 1.12.21).

Пікуль Є. Ю., здобувачка вищої освіти, гр. МР-191

НУ «Чернігівська політехніка», lizarikul1@gmail.com

Науковий керівник: Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент

НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ

На сьогоднішній день існує дуже багато визначень маркетингу, і кожне з них відображає його особливості та специфіку.

Слово «маркетинг» походить від злиття двох англійських слів «market» і «getting», що умовно перекладаються як завоювання ринку. Вважається, що воно вперше з'явилося в 30-х роках у США серед фермерів, які в умовах економічної кризи зіткнулися з проблемою збуту продукції. Основоположник теорії маркетингу, відомий американський вчений, професор Філіп Котлер дає таке визначення: маркетинг – це вид людської діяльності, що направлена на задоволення нужд та потреб шляхом обміну [1].

В основі маркетингу лежать вихідні ідеї, до яких відносять такі поняття як: запит, потреба, попит, товар, обмін, угода та ринок.

Першою ідеєю, що лежить в основі маркетингу є запит, або нужда. Запит – це відчуття нестачі людиною чого-небудь. Нужди є вихідними складовими природи людини. Сюди можна віднести потреби в їжі, одязі, теплі, безпеці, знаннях, самовираженні тощо.

Друга вихідна ідея маркетингу – потреба. Потреба – це нужда, що набула специфічної форми відповідно до культурного рівня та особистості індивіда. Для задоволення потреб виробники роблять цілеспрямовані дії для стимулювання бажання володіти товарами.

Важливою складовою вихідних ідей маркетингу є попит, тобто потреби, підкріплені купівельною спроможністю. Проте попит не є надійним показником, тому що він змінюється. На це впливають такі фактори, як рівень доходів населення, зміни цін.

Не менш важливою складовою вихідних ідей маркетингу є товар. Товар – це все, що може задовольнити запит або потребу, та пропонується ринку з метою привертання уваги, придбання, використання чи споживання [2].

Обмін – це акт отримання бажаного продукту від когось з пропозицією чогось іншого натомість. Добровільний обмін можливий лише при виконанні необхідних умов. Таких як: наявність мінімум двох сторін, кожна з яких повинна мати блага, які представляють цінність для іншої сторони; кожна зі сторін повинна бути в змозі здійснити доставку свого продукту;

кожна сторона повинна мати бажання здійснити обмін з іншою стороною та бути вільною у виборі рішення – вступати в обмін чи ні. Угода – це комерційний обмін цінностями, що чиниться, принаймні, двома сторонами і передбачає про умови, терміни і місце його реалізації.

Заключною вихідною ідеєю маркетингу є ринок, що являє собою фізично чи віртуально представлену сукупність активних або потенційних продавців і покупців певних продуктів і послуг [3].

Маркетинг відіграє важливу роль в економіці. Як тільки країна стає більш інформаційною та урбанізованою, маркетинг стає для нього функціонально важливішим. Він має велике значення не тільки для виробників чи посередників, а також для суспільства в цілому.

Маркетинг є важливим джерелом забезпечення зайнятості. За оцінками, близько 40% робочої сили в розвинених країнах задіяні в різних маркетингових процесах, таких як канал розподілу, маркетингові дослідження, транспорт, зв'язок, реклама тощо.

Маркетинг створює і збільшує попит на існуючі та нові продукти і тим самим підвищує рівень життя людей. Він дає знання про різні види товарів і послуг, засоби реклами та стимулювання збуту для суспільства. Не менш значущим є те, що маркетинг підвищує обізнаність споживача, його задоволеність та полегшує вибір продукції.

Завдяки маркетингу підприємство може збільшити прибуток, зменшуючи витрати на доведення товару до споживача, з одного боку, і збільшуючи попит на продукт за допомогою реклами та стимулювання збуту, з іншого боку. В умовах інформаційної економіки функція маркетингу полягає в організації вільного та конкурентного обміну. У разі спаду економіки маркетинг допомагає відкривати нові ринки, роблячи їх орієнтованими на споживача, покращуючи якість продукції, пропонуючи альтернативне використання продуктів тощо [4].

Маркетинг являє собою невід'ємний інструмент будь-якої діяльності. Підприємства, що орієнтуються на маркетингову діяльність, є більш успішними та конкурентоспроможними. Роль маркетингу в економіці відіграє дуже важливу роль, допомагаючи економічному зростанню країни та підвищенню рівня життя населення.

Перелік посилань

1. Основні визначення маркетингу та їх класифікація: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/1417012036681/marketing/osnovni_viznachennya_marketingu_klasifikatsiya.

2. Сутність маркетингу та його сучасна концепція: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/82262/marketing/sutnist_marketingu_suchasna_kontseptsiya.

3. Вихідні поняття маркетингу: потреба, бажання, попит, ринок, продукт, товар, обмін, угода: веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/22269/marketing/vihidni_ponyattya_marketingu_potreba_bazhannya_popit_rinok_produkt_tovar_obmin_ugoda.

4. Role and Importance of Marketing in a Developing Economy. URL: <https://www.google.com/search?q=importance-of-marketing>.

Попова І. В., здобувачка вищої освіти, гр. МР-202
НУ «Чернігівська політехніка», iruna1023456789@gmail.com
Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

У сучасному світі дуже швидко розвиваються інформаційні технології. Все більш активно зростає популярність соціальних мереж у повсякденному житті, а кількість інтернет-користувачів збільшується щохвилини. За дослідженнями Kantar CMeter найпопулярнішими сайтами в Україні у 2021 році стали Google, YouTube, Meta, Wikipedia, Rozetka.ua, Prom.ua, OLX.ua, Instagram, ПриватБанк, Ukr.net. [1]

Сьогодні в Україні, де Інтернет стає все доступнішим і популярним, SMM (Social Media Marketing) маркетинг у соціальних мережах є найбільш успішним способом просування будь-якого товару чи послуги.

Варто додати, що даною тематикою досліджень займалися відомі вітчизняні та зарубіжні фахівці: Грищенко О. Ф. та Нешева А. Д., Івашова Н. В., Башинська І. О. [2]

Необхідно зазначити, що маркетинг – це процес планування і втілення задуму щодо ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів та послуг шляхом обміну, що задовольняє цілі окремих осіб та суб'єктів ринку. Маркетинг в соціальних мережах або ж SMM (англ. social media marketing) – комплекс заходів щодо використання соціальних медіа в якості каналів для просування ринкових суб'єктів та вирішення інших бізнес-завдань. Під терміном «соціальна мережа», як правило, розуміють ресурс, що дозволяє користувачам організовувати спільноти відповідно до сфери та роду діяльності. [3]

Маркетинг у соціальних мережах – це просування товару, послуги, компанії чи бренду за допомогою соціальних мереж, зміст яких створюється та оновлюється зусиллями користувачів. Останнім часом просування товарів і послуг через соціальні мережі стає все більш ефективним способом. [4]

Інтернет-реклама – це один з основних інструментів для просування товарів чи послуг за допомогою соціальних мереж. Унікальність та надійність даного середовища полягає в тому, що воно має високий ступінь довіри. Більшість людей, які знаходяться в дружніх та неформальних обставинах, готові сприймати інформацію рекламного змісту. Варто зазначити, що нові відомості почуті вперше від співрозмовників в соціальних мережах, мають більше впливу та складають нові та цікаві враження, ніж безособова традиційна реклама. Займаючись просуванням товару в соціальних мережах, необхідно створювати цікавий контент для залучення клієнтів. Соціальні сайти мають в першу чергу розважальну спрямованість, і, відповідно, щоб домогтися успіху, контент-менеджер повинен постійно привертати увагу аудиторії [2].

Основні причини частого вибору українськими підприємствами маркетингу в соціальних мережах полягають у тому, що це дозволяє: створити та просувати оперативні джерела інформації для постійних та потенційних клієнтів; стимулювати збут; привернути увагу до бренду великої кількості споживачів різних категорій: вік, стать, інтереси, статус тощо; підвищувати лояльність споживачів; збільшувати якісний трафік на корпоративний сайт підприємства [4].

Для отримання максимальних результатів від розміщення реклами в соціальних мережах маркетингологам доцільно дотримуватись таких принципів:

- розміщувати рекламне оголошення в контексті відповідної інформації;
- забезпечувати важливу та корисну для користувачів соціальних мереж інформацію;
- брати активну участь у розвитку взаємодії з користувачами відповідних мереж.

Створення представництва підприємства, зацікавленого в просуванні свого бренду, в соціальній мережі є ефективним способом залучення користувачів мережі в події, що пов'язані з підприємством, його інноваціями. [4]

Отже, соціальні мережі набувають великої популярності та значення у сучасному світі. Ефективний інтернет-маркетинг у соціальних мережах є важливим фактором успішного просування на ринок компанії, бренду чи продукту, спрямованого на розширення цільової аудиторії, розвиток, покращення та захист репутації компанії шляхом формування лояльності споживачів до компанії.

Перелік посилань

1. Рейтинг популярних сайтів в Україні. Kantar CMeter. 2021. URL: <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-kviten-2021>.

2. Івашова Н. В., Хижняк М. О. Комунікативний потенціал соціальних мереж в Інтернет-маркетингу. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. ; за заг. ред. О.В. Прокопенко. Суми : СумДУ, 2013. Т. 4. С. 136-137.

3. Башинська І. О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». 2012. Вип. 9 (34). Ч. 1. С. 36-41.

4. Грищенко О. Ф., Нешева А. Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 86-98.

Ракута І. О., магістр кафедри підприємництва і торгівлі
 НУ «Чернігівська політехніка», ivanpilot99@ukr.net
Науковий керівник: Денисенко Т. М., канд. техн. наук, доцент
 НУ «Чернігівська політехніка», 1403denisenko@gmail.com

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВІДКРИТТЯ НОВОГО ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛЕРУ ПО ВУЛ. ВСІХСВЯТСЬКА М. ЧЕРНІГІВ

Населення, не зважаючи на складну економічну ситуацію в країні та рівень свого особистого доходу, намагається закупити продукти харчування, які є необхідними для щоденного споживання. Перевага надається супермаркетам, де в одному місці можна придбати необхідну продукцію. В сучасних умовах високої конкуренції продовольчих ритейлерів, однією з головних цілей підприємства є своєчасна оцінка діяльності конкурентів. Успіх підприємства залежить від того, де буде розташована точка, скільки покупців буде проходити через неї щодня.

Мета нашої роботи – обґрунтування необхідності відкриття нової точки продуктового ритейлера.

З метою чіткого розуміння ситуації проводимо оцінку діяльності продовольчих торгових мереж у ймовірному місці відкриття торгової точки. На даній території функціонують два ритейлери: «АТБ-маркет» та «Пчілка маркет».

«АТБ-маркет» - позиціонує себе як економічна й зручна мережа, яка представляє низький ціновий сегмент [1]. Більшість своїх магазинів відкриває у житлових районах, перевагою є крокова доступність, з притаманною особливістю роботи – цілодобово. Мережа АТБ має свої власні бренди продукції, тим самим розширює асортимент й контролює ціну на ринку.

«Пчілка маркет» - позиціонує себе як мережа преміум класу з високим ціновим сегментом [2]. Такий клас магазинів вимагає великого скупчення людей, як ТЦ або ТРЦ, проте у м. Чернігів вони відкрилися поряд з місцевим ринком, де більшість споживачів є бюджетного рівня статку.

Для оцінки діяльності мереж було взято метод бальної оцінки (5 шкала) за найважливішими критеріями для ритейлу.

Таблиця 1 – Балова оцінка діяльності мереж продуктового ритейлера

Критерії оцінки	«АТБ-маркет»	«Пчілка маркет»
Ціна	4	2
Місце розташування	4	4
Величина магазину	3	5
Асортимент продукції	3	5
Якість товарів	4	4
Рівень обслуговування	3	4
Режим роботи	5	4
Реклама	5	1
Наявність акцій, знижок	5	2
Унікальні продукти	2	3
Наявність парко-місць	2	4
Чистота в магазині	3	5

Аналізуючи дані таблиці 1, ми бачимо, що «АТБ-маркет» має кращу цінову політику, режим роботи для спального району, всеохоплюючу рекламу та персональні пропозиції. В свою чергу «Пчілка маркет» націлила свою стратегію на зручність й широту асортименту.

На даній локації представлені мережі з високим і низьким ціновим сегментом. Проте не вистачає ритейлера де доступні ціни, акції та знижки поєднані з широким й глибоким асортиментом товарів, і з усіма зручностями в обслуговуванні. Споживачам не вистачає різноманіття товарів такого як у мережі «Пчілка маркет» та цінової політики як у «АТБ-маркет».

Для виявлення сильних і слабких сторін та побудови стратегії розвитку нового продуктового ритейлера використаємо SWOT-аналіз (рис. 1).

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Орієнтованість на споживача - Ефективна політика стимулювання збуту - Демократичні ціни - Зручне місце розташування - Оптимальний асортимент	- Не має свого сайту та мало інформації в інтернеті - Не має своєї доставки
Можливості	Загрози
- Залучення блогерів для реклами - Побудувати бренд гарного роботодавця та рідше змінювати персонал - Розширити асортимент продукції на надання можливих послуг	- Велика конкуренція - Економічна криза - Підвищення цін постачальників - Карантин на невизначений час - Зниження попиту в кризу

Рис. 1. SWOT-аналіз нового підприємства

Отже, розробляючи стратегію, слід пам'ятати, що можливості і загрози можуть переходити в свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використовує конкурент. Таким чином для нового ритейлера необхідна така стратегія, де будуть збільшені внутрішні сили і зовнішні можливості підприємства, і де слід скоротити слабкі внутрішні сторони і по можливості пом'якшити негативний вплив зовнішніх загроз.

Таким чином, приймаючи до уваги усі викладені дані, стратегія роботи нового продовольчого ритейлера на цій локації буде націлена на широкий асортимент товарів для покриття базових та додаткових потреб споживача, з середньою ціновою політикою та хорошим обслуговуванням й індивідуальними пропозиціями.

Перелік посилань

1. Офіційний сайт мережі АТБ https://www.atb.ua/ru_RU/page/atb_market (дата звернення 30.11.2021)
2. Офіційний сайт магазину «Пчілка-маркет» <https://pchjolkamarket.ua/пчілка-маркет/> (дата звернення 30.11.2021)
3. А. Оголь SWOT-аналіз із прикладами. <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> (дата звернення 03.12.2021)

Руденко С. М., ЗВО 2 курсу магістратури гр. ЗММР-201
 Національний університет «Чернігівська політехніка», svitklas@gmail.com
Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент
 Національний університет «Чернігівська політехніка», svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ОЦІНКА РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ЗАПОВІДНИКУ «КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКА ЛАВРА»

Видатною пам'яткою історико-культурного розвитку України, її найбільшим музейним комплексом є Національний заповідник «Києво-Печерська лавра», який відіграє важливу роль у науково-дослідній, екскурсійній, культурно-освітній роботі. Заповідник є величезним туристичним центром, який щорічно відвідують сотні тисяч туристів із різних країн світу.

Як і інші об'єкти туристичної галузі, Національний заповідник у 2020 р. несподівано зазнав величезного впливу епідемії коронавірусу та відповідно карантинних заходів. У таких умовах ще гостріше постало питання використання комплексу маркетингу для успішного розвитку туристичних установ.

Одним із компонентів комплексу маркетингу є товарна політика. Основними видами послуг, які надає Заповідник, є: 1) вхід на територію та самостійний огляд, вхід на окремі об'єкти, наприклад, такі як дзвіниця; 2) проведення екскурсій; 3) відвідування виставок, експозицій, мистецьких заходів, квестів; 4) надання історичних, мистецтвознавчих довідок на музейні предмети з фондової колекції Заповідника; фотозйомка музейних предметів; професійна фотозйомка на території, в інтер'єрах пам'яток та експозиційних об'єктів; перебування на час проведення фото-, відео- і кінозйомок на території Заповідника автомобіля тощо [1].

Запровадження нових актуальних видів послуг є складною процедурою, потребує погодження, перевірки на відповідність статутній діяльності, наявності ліцензій тощо. Тобто Заповідник не може оперативно реагувати на запити споживачів і надавати актуальні сучасні послуги.

Щодо цінової політики, розрахунки вартості послуг погоджуються із Органом управління. Так само і витрати власних коштів потребують погодження. Заповідник не практикує такі заходи як акції, знижки, пробний доступ з метою залучення відвідувачів.

Маркетингова політика розподілу включає діяльність установи з планування, реалізації та контролю переміщення послуг до споживача. У Заповіднику, як і в інших державних установах, все, що стосується планування, контролю, адміністрування, налагоджено відмінно.

При наданні послуг Заповідник використовує канал нульового рівня, або канал прямого маркетингу, а також однорівневий канал збуту. При цьому варто зазначити, що у Заповіднику нема ні відділу збуту, ні відділу маркетингу; не автоматизовано облік наданих послуг; не застосовуються інформаційні технології для продажу, замовлення, оплати послуг (розробка електронного магазину значно розширила б географію потенційних клієнтів, збільшила їх кількість). Також, на нашу думку, необхідний зворотній зв'язок із клієнтами – анкетування, можливість для туриста залишити відгук і оперативна реакція на нього, пост-обслуговування, що дозволить покращити якість послуг, підлаштуватися до потреб споживачів.

Заповідник у своїй комунікаційній політиці використовує не всі її елементи. Так, найпоширенішими є прямі маркетингові комунікації: проведення виставкових заходів, семінарів; прямий продаж послуг, який передбачає безпосередній контакт представника фірми з покупцем з метою представлення туристичної послуги та здійснення продажу.

Стимулювання збуту для поживлення попиту, підвищення обізнаності клієнтів із пропозицією, створення необхідного іміджу як елемент комунікаційної політики фактично не використовується. Такі форми як зниження ціни, подарунки, конкурси, лотереї не практикуються.

Так само недостатньо практикує Заповідник і найпоширеніші форми реклами: рекламу на телебаченні і радіо, рекламу в пресі, зовнішню рекламу (біг-борди, світлові панно, сіті-лайти). Водночас Заповідник виготовляє друковану (поліграфічну) рекламу: щороку працівники Заповідника готують наукові публікації та наукові видання, буклети, брошури.

Заповідник має свій веб-сайт, ведуться сторінки на Фейсбук і YouTube, на які можна перейти з веб-сайту за посиланням. Також додатково на Фейсбук ведуть сторінки відділ екскурсійної роботи, екскурсіводи відділу. На нашу думку, потрібно більше застосовувати інтернет-технології в комунікаціях. Використання новітніх досягнень комп'ютерних технологій є важливою умовою більш швидкої та гнучкої роботи будь-якої туристичної фірми. Чим швидше інформація буде розповсюджуватися та оброблятися, тим конкурентоздатнішим та успішнішим буде туристичне підприємство.

Будь-який бізнес на сьогодні має враховувати сучасні тенденції, виклики глобалізації та цифровізації життя. І насамперед музейні заклади, щоб споживачі не вважали їх пережитками минулого, застарілими елементами, повинні використовувати сучасні технології у своїх послугах.

Перелік посилань

1. Національний заповідник «Києво-Печерська лавра» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kplavra.kyiv.ua> (Дата звернення 6.12.21).

Салай І. В., студент 2 курсу, група МР-201

НУ «Чернігівська політехніка», salay.ivan1221@gmail.com

Науковий керівник: Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент

НУ «Чернігівська політехніка»), tamza.cn@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІТ СФЕРІ

В Україні на даний момент дуже швидко розвивається ринок ІТ технологій. З розвитком технологій постало нове питання як краще продавати продукти або сервіси за кордон. На перший погляд все очевидно, потрібно лише робити точно такий же контент але на іноземній мові. Цього буде недостатньо, оскільки конкурувати з іноземними компаніями потрібно не лише за якістю а також за сервісами на цьому глобальному ринку.

Глобальний маркетинг – це акт зосередження продукту на потребах потенційних покупців в інших країнах. Однак, як і більшість видів маркетингу, глобальна маркетингова стратегія зводиться до одного: аудиторії. Знання, кому потрібен продукт, у якій формі він потрібен, і як продати його таким чином, щоб зміцнити бренд, є основними складовими глобального маркетингу. [1]

Як правило, глобальна маркетингова стратегія вимагає від компанії провести нове дослідження ринку, визначити країни, де продукт бізнесу може бути успішним, а потім локалізувати бренд, щоб відображати потреби цих спільнот. Однак не завжди потрібна локалізація. Натомість деякі бренди використовують глобальну стратегію стандартизації. [1]

На відміну від локалізації, де існує більш диференційований маркетинговий підхід до кожного ринку, глобальна стандартизація забезпечує значні економічні переваги в результаті меншої кількості повідомлень і меншої кількості кампаній. Однак ключове значення полягає в тому, щоб знати, коли глобальна стратегія стандартизації буде ефективною. Оскільки він ґрунтується на універсальній привабливості, незважаючи на культурні та місцеві відмінності, вам потрібно буде дослідити, чи використовують клієнти продукти чи думають про них по-різному залежно від ринку. Якщо немає різниці між використанням і розумінням від країни до країни, практичним є підхід глобальної стандартизації. [1]

Вибір локалізації або глобальної стандартизації є одним із аспектів створення глобальної маркетингової стратегії.

Приклад Spotify є наочним. За версією Interbrand, Spotify вважається однією з найкращих глобальних компаній у світі. Всі чули про Spotify. Оскільки його глобальна маркетингова стратегія повністю базується на продуктах. Він пропонує музику, подкасти та медіа багатьма мовами. Цільова аудиторія у всіх країнах почала використовувати цей продукт. Якщо ваш продукт має таку ж історію, то варто спробувати представити продукти, які сподобаються жителям різних регіонів і країн.[1]

Для більшості Українських ІТ компаній дуже важливим є продаж сервісів або продуктів для інших брендів, завдяки чому отримують більше замовлень та клієнтів, можна використати декілька видів продажів такі як прямі продажі, реклама в інтернеті, холодні дзвінки, зазвичай вибір методу залежить від наявного бюджету та кількості клієнтів.

Швидкі зміни є константою в високотехнологічному просторі інформаційних технологій. Компанії та їхні клієнти намагаються розвивати свої комунікації та залучати потрібних клієнтів відповідно до потреб, проблем та інтересів. [2]

Продукти та послуги завдяки новим технологіям та вимогам клієнтів ІТ складніші, ніж будь-коли. Нові персони покупців згідно з нещодавнім опитуванням CompTIA, 55% лідерів галузі повідомляють, що на витрати ІТ впливають кілька параметрів.[3]

Довший цикл закупівельна: за даними CompTIA, 40% ІТ-лідерів повідомили, що цикли купівлі стають довшими. Це пов'язано зі збільшенням кількості постачальників, більш складними продуктами/послугами та залученням більшої кількості зацікавлених сторін.[3]

Не відставати від швидкого розвитку ІТ-індустрії важко. Потрібно більше, ніж просто брошури та виставкові кіоски. Маркетинг для ІТ-компаній – це побудова комплексної, інтегрованої та ефективною системи. Але, як і технології, B2B-маркетинг передбачає багато проб і помилок.

Варто спробувати якомога більше різних маркетингових методів, балансуючи їх у плані просування товару та продовжуючи перевіряти теорії для збільшення обсягу продаж.

Для створення цікавої та дієвої міжнародної маркетингової стратегії та розширення охоплення свого бізнесу, варто дослідити приклади стратегій найуспішніших компаній світу, взяти все найкраще та створити ту стратегію, що дозволить продавати продукти та послуги по всьому світу.

Перелік посилань

1. Fleishman H. 13 Businesses With Brilliant Global Marketing Strategies. Hubspot. 22.11.2021. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/global-marketing-and-international-business>.
2. Marketing and lead generation for IT companies. Ironpaper. URL: <https://www.ironpaper.com/marketing-for-it-companies>.
3. Smartschan A. Marketing for IT Companies: 12 Best Practices & Tips. Altitudemarketing. URL: <https://altitudemarketing.com/blog/marketing-it-companies>.

Скляр І. С., здобувачка вищої освіти, гр. МР-191

НУ «Чернігівська політехніка», sklyar.inna40@gmail.com

Науковий керівник – Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент

НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ

Бізнес – це непростий заробіток, коли можна залишити все на самохід. Якщо є мета створити бізнес-структуру, що буде успішною, конкурентоспроможною та прибутковою, потрібно навчитися аналізувати та приймати зважені рішення. Розробка стратегії завжди передбачає аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, оскільки тільки їх одночасне вивчення дозволяє визначити надійні механізми створення та утримання конкурентних переваг. Аналіз дозволяє відкрити можливості, побачити, як по-іншому задовольнити наявні потреби цільової аудиторії.

SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства сильними сторонами (Strengths), слабкими сторонами (Weaknesses), можливостями (Opportunities) та загрозами (Threats), результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства [1].

Аналітики представляють SWOT-аналіз у вигляді таблиці, розділеної на чотири квадрати, кожен з яких присвячений елементу SWOT. Це візуальне розташування забезпечує швидкий огляд позиції компанії.

SWOT складається з двох етапів: заповнення SWOT-матриці, використовуючи внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства та проведення аналізу за елементами, інтегрованими в матрицю.

Сильні та слабкі сторони визначає внутрішнє середовище до якого входять керівники та члени правління, співробітники, клієнти і т. д., що є постійними характеристиками, на основі яких підприємство функціонує. Це ті наявні компетенції, досвід, риси та якості, якими володіють співробітники (окремо та в команді), а також особливі риси, що надають підприємству стабільності, тоді як слабкий авторитет у сфері діяльності або не вигідне фізичне розташування можуть бути істотною слабкою стороною[4].

До можливостей належать: підписання ексклюзивної угоди з постачальником, стейкхолдером або відкриття нового ринку. Загрозою може бути поява нового конкурента або запуск нововведення на заміну[2].

Ще однією перевагою такого аналізу є те, що цей метод можна застосувати до широкого кола дій, а не лише як огляд бізнесу. Він дає можливість оцінити потенційні сильні та слабкі сторони майбутньої рекламної кампанії, запланованого контент-проекту або навіть того, чи потрібно представляти підприємство на галузевому заході [3].

Проте SWOT-аналіз ефективний лише за умови, коли враховуються всі елементи, що стосуються діяльності підприємства. Для ефективної роботи кожен відділ або команда повинні бути представлені в процесі. Інноваційні компанії навіть виходять за межі власних внутрішніх рядів, коли вони проводять SWOT-аналіз і отримують внески від клієнтів, щоб додати свій унікальний голос до суміші.

Для проведення SWOT-аналізу необхідний методичний підхід, ключовими етапами якого є:

1. Збір компетентної команди;
2. Розробка командою переліку сильних, слабких сторін, можливостей та загроз бізнесу;
3. Компіляція елементів – груповий мозковий штурм для визначення причин кожної категорії. Кожен член команди попрацює наодинці та збираються результати в групі. Такий підхід відкриває дискусію і розвиває креативність.
4. Визначення переліку відповідних факторів у кожній категорії перед розробкою рішення;
5. Створення остаточної версії SWOT-аналізу після завершення мозкового штурму, де перераховано та синтезовано всі фактори в кожній категорії. Розташування їх згори донизу за важливістю;
6. Визначення можливих стратегій після того, як матриця SWOT-аналізу буде заповнена, та вибір найбільш вигідної [2].

Застосування SWOT-аналізу у стратегічному плануванні дозволяє утримувати завойовані позиції або стати лідером ринку у своїй галузі.

Систематичне проведення SWOT-аналізу не тільки дає уявлення про можливості для зростання в майбутньому, але й про те, як підприємство вже позиціонує себе на ринку та випереджає конкурентів. Визначаючи потенційні загрози та ризики, значно зменшується негативний вплив на бізнес, оскільки є можливість планувати та реагувати на них ефективніше. Крім того, якщо виникають одна за одною ідеї і важко вирішити, яку з них реалізувати, SWOT-аналіз діє як фільтр.

Перелік посилань

1. Гуменюк О. Г. Використання SWOT-аналізу як основного інструменту стратегічного управління. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 281-285. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/61.pdf>
2. Facon P. Qu'est-ce qu'une analyse SWOT? En quoi peut-elle m'aider? URL: <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/analyse-swot>.
3. Шеван Д. Як зробити SWOT-аналіз для вашого малого бізнесу. WordStream. URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>.
4. Prachi J. MSG. Management study guide. URL: <https://www.managementstudyguide.com/swot-analysis.htm>.

Соколовський В. В., студент групи 42-М

Лозівська філія ХДАДК, sokolvlad42m@gmail.com

Науковий керівник: Лабінцева О. П., викладач екон. дисциплін I категорії

Лозівська філія ХДАДК, labintseva1981@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ ІТ-АУТСОРСИНГУ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах пандемії, спричиненої COVID-19 стрімке падіння доходів і нестійкість глобальної економіки заважають багатьом компаніям країни залишатися на плаву. Вони змушені переглядати стратегії ведення бізнесу. Зробити ковток свіжого повітря в нинішні часи можна шляхом застосування інформаційних технологій (ІТ).

Криза значно стимулювала розвиток ІТ як в гуртовій, так і в роздрібній торгівлі. На даний час в цьому секторі роль інформаційних технологій в бізнесі найбільш очевидна. Застосовуючи ІТ, підприємства в сфері торгівлі мають можливість знизити витрати і ефективно взаємодіяти зі споживачами. Однак традиційний аутсорсинг для невеликих торгових підприємств дещо

витратний, тому вони частіше використовують більш динамічні моделі ІТ-послуг, орієнтуючи їх на конкретні розділи своєї діяльності. І все ж тенденція використання ритейлерами більш дорогих, але перевірених часом, західних програмних продуктів на шкоду вітчизняним виробникам програм і техніки, на жаль, поки зберігається.

Термін ІТ-аутсорсинг - IT-Outsourcing - простими словами, це субпідряд супроводу ІТ-інфраструктури та зовнішня ІТ-підтримка компаній.

Якщо говорити про Україну, то спостерігається зацікавленість компаній у скороченні внутрішнього ІТ-відділу на користь зовнішнього підрядника — менше витрати на штатних співробітників, вивільняються ресурси на розвиток компаній.

Що ж розуміється під ІТ-аутсорсингом? Це ситуація, коли одна компанія замовляє послуги в області інформаційних технологій в іншій. Ділові відносини полягають по самому різному спектру робіт: від технічного обслуговування комп'ютерів і серверів до налаштування безпеки і віртуалізації. Власний ІТ-відділ для компанії часом зайвий і швидше обтяжує організацію додатковими витратами, ніж допомагає їй.

Для чого ж потрібен ІТ-аутсорсинг? Для використання професійних переваг сторонніх постачальників високотехнологічних послуг. Вони здійснюють направлену діяльність у сфері ІТ та досягають цілей швидше і з меншими витратами. До того ж бізнес-компанії, що користуються ІТ-аутсорсингом, не беруть на себе відповідальність за ризики — тепер за це відповідають професіонали, притому не просто по домовленості, а згідно відповідної документації.

Користь ІТ-аутсорсингу полягає також в тому, що всі його види і типи ґрунтуються на розробці ІТ-рішень для відомих проблем бізнесу. Використовуються високотехнологічні інструменти для підтримки комп'ютерної інфраструктури підприємства. Виконавець постійно повинен бути насторожі щодо появи нових програмних і апаратних винаходів.

Будь-яка послуга зі списку має на увазі, що при виконанні професійною ІТ-компанією перед замовниками відкриються особливі переваги в конкуренції за рахунок експертного підходу до вирішення завдання. І найчастіше справа навіть не у високій кваліфікації і досвіді фахівців (хоча ті, хто займаються ІТ-аутсорсингом багато років, вже виробили готові рішення проблем), а в новітньому і дорогому обладнанні, додатках і сервісах, які часом просто не по кишені організації, що вливає гроші в ІТ-відділ.

Уявімо, що системний адміністратор в штаті компанії — раптово захворів або пішов у відпустку. Хто займатиметься ІТ-інфраструктурою? Або ось ще приклад: зросло навантаження на ваших фахівців в сезон. Компанія змушена шукати людину, щоб хоч якось встигати вирішувати поточні справи. То чому б не замовити в таких умовах ІТ-послугу фахівця або віддалене технічне обслуговування?

Головні переваги зовнішнього менеджменту – це зниження валових витрат і звільнення ресурсів компанії для ведення основної діяльності. Підрядник виконує ті ж функції, що і його аналог у вигляді штатного підрозділу підприємства. Однак як фахівець у своїй галузі, він робить це більш якісно, попутно знімаючи навантаження з Клієнта. Ризики аутсорсингу є лише потенційними. При ретельному виборі надійного партнера з хорошою репутацією їх можна виключити. Досвідчені бізнесмени вважають за краще використовувати зовнішніх підрядників для максимального підвищення ефективності компанії.

Перелік посилань

1. Алексеев І. В., Партин Г. О., Дідух О. В. Аутсорсингова діяльність виробничих підприємств: монографія – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. – 152 с.
2. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкуренто-спроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / О. Зозульов, О. Микало // Економіка України. – 2009. – № 8 (573). – С. 16-24.
3. Петрик І. В. Аутсорсинг бізнес-процесів у функціонуванні інтегровано-ваних підприємств: монографія – Львів: Растр-7, 2017. – 404 с.

Соловйов А. О., студент ЕкмМ-21з

Львівський національний університет імені Івана Франка, and.say.yas@gmail.com

Науковий керівник: Кохан М. О., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка, marianna.kokhan@gmail.com

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ В УКРАЇНІ

Сфера дитячого дозвілля в Україні за інституційним критерієм містить культурно-дозвіллі заклади, установи соціокультурної сфери, позашкільні заклади, літні табори, санаторії, освітні заклади, туристично-готельні установи, розважальні заклади, паркові комплекси. Але саме сучасні комплексні розважальні комерційні заклади мають значний економічний потенціал. Такий бізнес може швидко розвиватися та адаптуватися до економічних можливостей споживачів та потреб різних соціальних груп населення завдяки сучасним інноваційним технологіям у сфері маркетингу та менеджменту.

Ми пропонуємо такий процес управління змінами на вітчизняних підприємствах, який би ґрунтувався на моделі організаційних змін К. Левіна [2] та наших доповнень. Отже, запропонований процес управління змінами на вітчизняних підприємствах має складатися із дев'яти етапів (рис. 1).

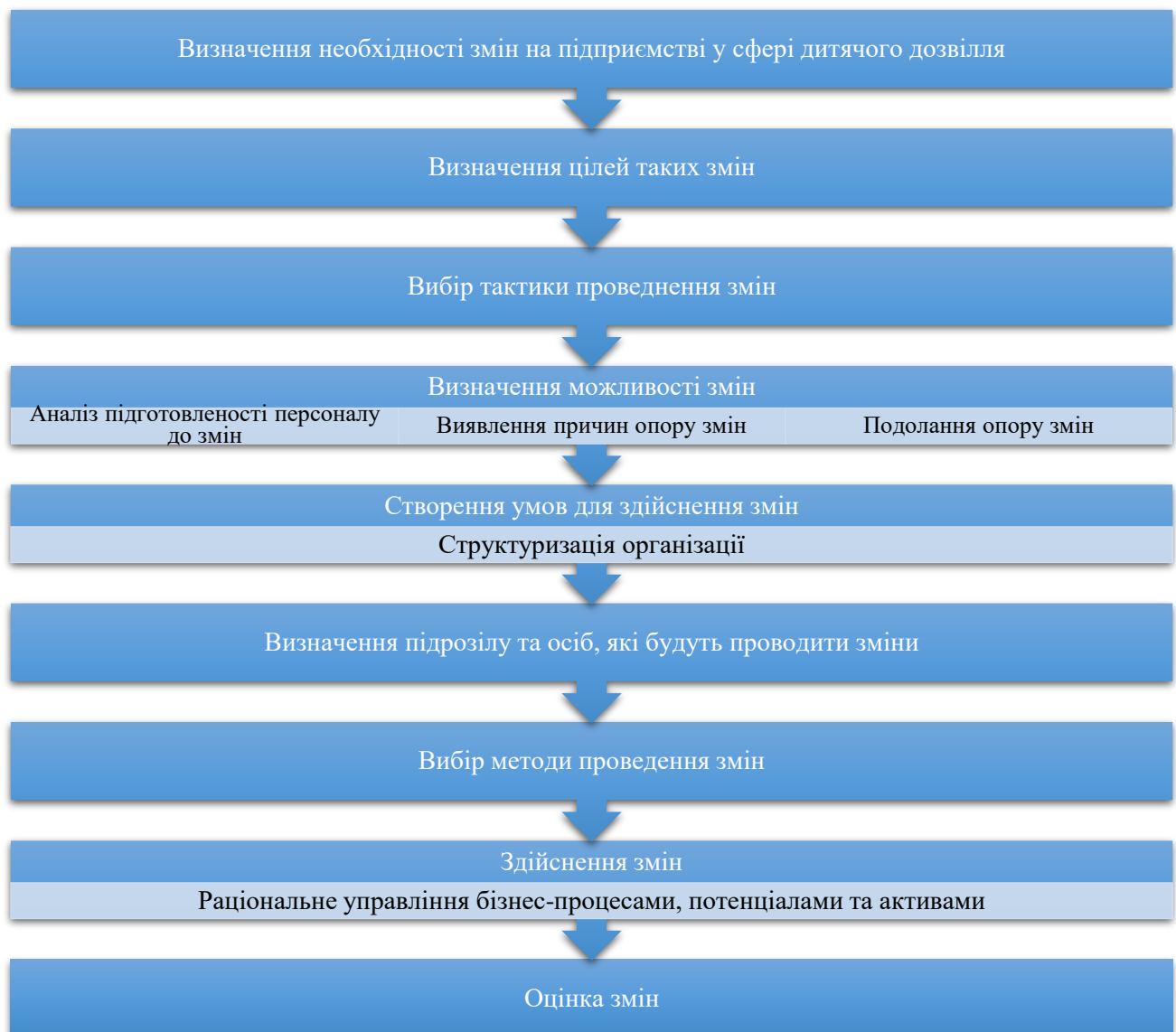


Рис. 1. Процес управління змінами на підприємстві сфери дитячого дозвілля

Отже, стратегічне управління змінами в системі оздоровлення та відпочинку в Україні включає аналіз стану підприємства в сфері оздоровлення та відпочинку, вибір напряму розвитку підприємства, план стратегічних змін, реалізацію плану стратегічних змін, оцінку результатів.

На основі програми змін розробляється детальний план змін, який має містити перелік конкретних дій з кожного заходу, строки початку і закінчення, відповідальних осіб і виконавців, необхідні ресурси, очікувані економічний та соціальний результат.

Підкреслимо, що розвиток соціально-дозвіллевого простору, має важливе значення у соціальному самовдосконаленні дітей як майбутніх свідомих громадян будь-якого регіону.

Інституційний підхід до вивчення потреб споживачів, аналіз стратегій та програм регіонального розвитку показує чіткий пріоритет на приватизацію таких закладів з метою покращення їх управління з використанням більшого ресурсу, інвесторського, зокрема. Проте існує великий ризик перепрофілювання таких закладів і, відповідно, до ще більшого їх скорочення.

Аналізуючи сучасний стан сфери дозвілля, не лише дитячого, яскравою тенденцією є використання технічного прогресу, який формує нові різновиди дозвіллевої діяльності - молоді люди все більше часу проводять в онлайн, а їхні потреби стали примітивними і їх легко задовольнити, проте таке задоволення потреб значно меншою мірою призводить до рекреаційного ефекту.

Функціонування малого та середнього бізнесу в сучасній сфері дитячого дозвілля є пріоритетним значенням для економічного зростання регіонів.

За допомогою державних програм підтримки такі види бізнесу можуть адаптуватися, тим самим створити нову нішу у сфері дитячого дозвілля, яка охопить більший сегмент споживачів. Це і додаткові пільги для підприємств, які є в складі інфраструктури організації дитячого дозвілля. Наприклад, звільнення від певних видів місцевих податків, пільга на оренду приміщень, тощо. Це допоможе бізнесу швидше отримувати прибутки, частину з яких можна використовувати на спільні програми, організовані для дітей у містах.

Такий комплексний підхід в перспективі може стати вирішенням ряду порушених нами проблем. Подальшими дослідженнями мають стати діагностики дозвіллевих уподобань різних категорій населення, визначення шляхів мотивації їх до дозвілля як не до споживацького, а як до рекреаційного; на цій основі підприємствам малого та середнього бізнесу покращити систему мотивації працівників, створення різного виду проектів, які в той самий час підтримуватимуть державні, регіональні (місцеві) програми розвитку.

Перелік посилань

1. Кашуба Я. М. Формування системи дитячого оздоровлення і туризму [Текст] : дис. ... канд. екон. наук: 08.09.01 / Кашуба Ярослав Миколайович ; Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. дослід. - Л., 2006. – 241

2. Серіков А. В. Управління організаційними змінами: навчальний посібник. К: Фирма „БУРУНІК”, 2013. 264 с.

Стор А. О., МЕД 201

Національний університет «Чернігівська політехніка», lider577@gmail.com

Науковий керівник: Дерій Ж. В., д-р екон. наук, проф.

Національний університет «Чернігівська політехніка». jannet_d@ukr.net

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЩОДО РОЗРОБКИ ЗАХОДІВ ЗНИЖЕННЯ АНТРОПОГЕННОГО ВПЛИВУ НА ВОДНІ ОБ'ЄКТИ

У минулому основними цілями політики розвитку водних ресурсів були підтримка підвищення рівня економічного розвитку та пошук шляхів збільшення доступності прісної води для задоволення очікуваних потреб. Включення характеристик стійкості та справедливості в водне планування та політичні цілі стало основним пріоритетом політики та вимагає приділяти високу цінність підтримці цілісності водних ресурсів та флори, фауни та людських суспільств, які розвинулися навколо них. А це означає, що витрати та вигоди від управління та розвитку водних ресурсів мають вирішуватися та розподілятися справедливим і

виваженим чином. Разом ці цілі представляють прихильність до природи та різноманітних соціальних груп нинішнього та майбутніх поколінь [1].

Можна виділити такі критерії та цілі сталого водокористування: основна потреба у воді буде гарантована всім людям для підтримки здоров'я людини; основна потреба у воді буде гарантована для відновлення та підтримки здоров'я екосистем; якість води буде підтримуватися відповідно до певних мінімальних стандартів; дії людини не зашкодять довгостроковій відновлюваності запасів і потоків прісної води; дані про наявність, використання та якість водних ресурсів будуть зібрані та доступні для всіх сторін; будуть створені інституційні механізми для запобігання та врегулювання конфліктів через воду; планування водних ресурсів і прийняття рішень будуть демократичними, забезпечуючи представництво всіх постраждалих сторін і сприяючи безпосередній участі уражених інтересів.

Грунтуючись на критеріях та цілях сталого водокористування, можна розробити відповідні концептуальні підходи, актуальні та реальні до здійснення в Україні. Їх варто згрупувати наступним чином:

1. Забезпечити базову кількість води для задоволення основних потреб людей.

2. Гарантування мінімальної кількості води для задоволення основних потреб природних екосистем. Екосистеми, для яких необхідна вода, включають як природні екосистеми, де є мінімум втручання людини, так і екосистеми, якими вже керує людина. Суспільство має приймати рішення щодо ступеня підтримки або відновлення цих екосистем та показників, за якими можна виміряти їх здоров'я.

3. Забезпечення стандартів якості води для різних цілей. Так вода для питних потреб не повинна містити забруднюючих речовин, вода для промислових цілей забезпечується іншим стандартом.

4. Заходи щодо відновлюваності водних ресурсів мають бути такі, щоб не впливати на їх довгострокову доступність.

5. Наявність та доступність даних щодо управління водними ресурсами. На даний момент дані щодо багатьох аспектів регіонального та національного водопостачання та водокористування не збираються, а якщо і є, то не є широко доступними.

6. Інституційні підходи до водокористування та водозабезпечення. Критерії сталого водокористування стосуються не лише вимірювання відповідних біологічних або фізичних показників. Вони також повинні давати вказівки для інституцій, які мають вирішувати конфлікти щодо води та боротися з неминучою невизначеністю та ризиками під час прийняття рішень. До механізмів розширення участі, необхідно створити інституційні механізми для запобігання та розв'язання конфліктів через воду. Найефективнішим підходом є конкретні договори між регіонами щодо розподілу води, встановлення управлінського нагляду та розробки прийнятних стандартів для операцій та якості води [2].

Вода – це найпоширеніший природний ресурс, тому часто виникає хибна думка про невичерпність і загальнодоступність водних ресурсів. Однак придатної для споживання населенням та для функціонування більшості земних екосистем прісної води зовсім небагато, її частка у загальних водних запасах становить лише 2,53% [3]. Відповідно до незалежних оцінок 40% населення Землі вже до 2030 року зіткнеться із глобальним дефіцитом води, а вже в період 2035-2045 років об'єм прісної води, який споживає людство, зрівняється з її ресурсами. Саме тому питання зниження антропогенного навантаження на водні об'єкти є актуальним та постійно знаходиться у полі наукового дискурсу.

Перелік посилань

1. Covich, A. 1993. Water and ecosystems. Pages 40–55 in P. H. Gleick, editor. *Water in crisis: A guide to the world's fresh water resources*. Oxford University Press, New York, New York, USA.

2. Дерій Ж.В. Вплив агровиробництва на екологічний стан річки Остер. Матеріали науково-практичної конференції «Стратегія розвитку агропромислового сектору: глобальні виклики і національні тенденції» с. 45-49.

3. Інформаційно-аналітична довідка про стан водних ресурсів держави та особливості сільськогосподарського виробництва в умовах змін клімату [Електронний ресурс]. URL: <http://naas.gov.ua/upload/iblock/78a/>

Сябро А. В., студентка 3 курсу, група МР-191
НУ «Чернігівська політехніка», anesteysha16@gmail.com
Забаштанська Т. В., канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка», tamza.cn@gmail.com

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАРКЕТИНГОВОГО АУТСОРСИНГІНГУ

Раніше багато компаній намагалися вирішувати всі питання внутрішніми силами, але сьогодні все частіше підприємці говорять про аутсорсинг завдань, що не стосуються основної діяльності. І якщо ще 10 років тому на стороннє обслуговування управлінці були готові віддати лише питання клінінгу та технічного обслуговування, то сьогодні список суттєво розширився.

Аутсорсинг (з англ. outsourcing – використання зовнішнього джерела/ресурсу) – це передача підприємством певних видів або функцій підприємницької діяльності іншому підприємству, що діє в певній сфері, на підставі договору [1]. Аутсорсинг – це основний фактор сучасного бізнесу, зумовлений динамічними змінами використовуваних технологій. Маркетологи, намагаються забезпечити максимальну конкурентоспроможність свого підприємства і аутсорсинг є лише одним із можливих рішень щодо її забезпечення. Маркетинговий аутсорсинг – це коли маркетологу або рекламній компанії передається завдання просунути суб'єкт ринку за допомогою нових ідей та рекламних ресурсів, і відбувається все це у зовнішньому середовищі. З приводу маркетолога, можна сказати, що він – «мозок», який здатен генерувати ідеї, за які споживач готовий платити гроші. А з іншого боку маркетолог – це «сила», що рухає та підштовхує підприємство зсередини до реалізації, впровадження цих ідей.

На аутсорсинг передають найрізноманітніші маркетингові послуги: від дрібних завдань до складних масштабних процесів, від розробки сайту до делегування відділу маркетингу. Особливо це актуально, коли потрібне підвищення якості маркетингових послуг, а внутрішні фахівці, відповідальні за розвиток підприємства, не справляються з поставленими завданнями.

Аутсорсинг маркетингу має сенс, якщо він здатний заощадити ресурси бізнесу або збільшити прибутки і збільшити продажі, відповідно, залучити більше клієнтів та лідів [2]. Також перевагами цього підходу полягає в передачі функцій маркетингового підрозділу у підпорядкування сторонньої організації, замовник може сконцентрувати зусилля на основній діяльності, підвищуючи при цьому ефективність свого бізнесу, наприклад, зосередитися на виробництві продукції та її безпосередньому збуті [3].

Серед основних недоліків роботи аутсорсингу, можна виділити: невідповідність ціни якості виконаних послуг, брак кваліфікованих кадрів та дефіцит креативних ідей, а також незнання підприємством-виконавцем вузькопрофільної галузі роботи підприємства-замовника, невчасне здавання робіт та неточність інформації.

Виділяють такі варіанти маркетингу для агентства:

1. Власний контроль. Ця схема часто безперспективна, тому що, власник бізнесу далеко не завжди знається на маркетингу, а отже, залишається поклатися на професіоналізм підрядників. Часто рішення приймаються, виходячи з «мені подобається», а не «моїй цільовій аудиторії потрібно». Загалом, у такій ситуації все йде на самоплив, відповідно страждає бізнес.

2. Штатний маркетолог. Якщо в штаті є маркетолог –це прийнятний варіант. Тому що пошук підрядників та їх контроль – це саме його завдання. Професійний штатний співробітник знає бізнес зсередини, ставиться до нього відповідально та вимагаючи максимальної віддачі від підрядників.

3. Агентство на підряді – це аутсорсинг. Якщо маркетинг передається на аутсорсинг в агенцію, то знімається контроль взаємодії між субпідрядниками. Якщо логотип, зроблений для сайту, не розміщується на брошурах чи необхідно зробити друковану продукцію, яку не робили раніше – це завдання підприємства-виконавця.

Для невеликих компаній це зручна схема – не потрібно платити зарплату штатному маркетологу, а процеси йдуть і контролюються. Такий варіант для бізнесу, де бувають різнопланові завдання, але вони не виникають постійно, а час від часу. Оплата у цій ситуації за послуги аутсорсингу здійснюється погодинно. [4]

Розібравши ці приклади, ми можемо дійти висновку, що маркетинговий аутсорсинг має дуже багато переваг і являє собою дуже зручну схему для розвитку та просування компанії. Головне – вибрати професійного партнера і плідно з ним взаємодіяти. Тоді результати будуть задовільними для обох сторін.

Перелік посилань

1. Стадник Д. Аутсорсинг та аутстафінг: як це працює. Юридична Газета. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/autsorsing-ta-autstafing-yak-ce-pracyue-.html>.
2. Немец Ю. Аутсорсинг маркетинга агентству: плюсы и минусы работы. Digital-агенство «Exore LTD». URL: <https://sitehere.ru/autsorsing-marketinga>.
3. Переваги та недоліки маркетингового аутсорсингу URL: <https://lektsii.org/15-82576.html>.
4. Аутсорсинг маркетингу: плюси та мінуси роботи зі сторонніми підрядниками. URL: <https://www.sostav.ru/publication/autsorsing-marketinga-plyusy-i-minusy-raboty-so-storonnimi-podryadchikami-23470.html>.

Сябро А. В., ЗВО 3 курсу гр. МР-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», anesteysal6@gmail.com

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», svetlana.polkovnichenko@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства функціонують у постійно змінюваному, непередбачуваному середовищі, що потребує принципово нових підходів до управління їх господарською діяльністю. Управлінський процес значною мірою ускладнюють нестабільність економічної ситуації, посилення конкуренції, скорочення життєвого циклу товарів, підвищення вимог споживачів до товарів та послуг. Важливу роль в адаптації бізнесу до постійно мінливих у ринкових умовах зовнішнього та внутрішнього середовища відіграє формування стратегії розвитку підприємства.

Стратегія розвитку підприємства – це сукупність методів і процесів, спрямованих на досягнення поставлених цілей і здійснення завдань. Це план, розрахований на тривалий час, без деталізації етапів, прийомів і тактичних дій.

Стратегія – це системна модель розвитку компанії, яка включає в себе як мінімум такі модулі (або підсистеми), як постановка цілей, планування і реалізація [1].

Основна мета стратегії розвитку підприємства полягає в тому, щоб досягти довгострокових конкурентних переваг, які забезпечать його виживання, стійке функціонування та розвиток.

Для формування стратегії розвитку підприємства необхідно вирішити наступні завдання:

- вибір підприємством оптимальної лінії поведінки на ринку на основі врахування його потреб, асортименту продукції, технічного рівня виробництва;
- вибір засобів конкурентної боротьби;
- формування та підтримання оптимальної структури потенціалу підприємства;
- визначення потрібного для підтримки конкурентоспроможності підприємства технічного та технологічного рівня виробництва;
- розробка організаційно-технічних заходів розвитку (технічне переоснащення, реконструкція, розширення, нове будівництво, зміна системи управління, реструктуризація, зміна форми власності, об'єднання або подібнення об'єктів) [2].

Залежно від того, як вирішуються поставлені завдання, можна буде обрати стратегію розвитку підприємства.

У будь-якій сфері підприємницької діяльності формування ефективної стратегії починається з нової ідеї, визначення місії і загальної цілі підприємства [3]. Розглянемо, наприклад, ТОВ АН «Бродвей» – агенцію нерухомості в місті Чернігові. Ціллю даного підприємства визначено надання клієнтам якісних та надійних послуг, заснованих на високому професіоналізмі співробітників, а також збільшення доходу та сильне просування у своєму місті. Для досягнення цієї мети було запропоновано ряд заходів:

- впровадження маркетингової стратегії;
- удосконалення знань ріелторів та впровадження заходів щодо підвищення кваліфікації співробітників;
- виявлення і усунення причин розірвання угод з клієнтами.

Визначення стратегії для підприємства принципово залежить від конкретної ситуації, що склалася всередині підприємства та у зовнішньому середовищі на час розробки стратегії. Практично можна стверджувати, що скільки існує підприємств, стільки існує конкретних стратегій. Проте аналіз практики вибору стратегій свідчить, що існують загальні підходи до формування стратегії та загальні рамки, в які вписуються стратегії.

Найпоширенішим є ієрархічний поділ стратегій на корпоративні, ділові, функціональні та операційні.

При розробці стратегій основна увага має бути зосереджена на аналізі середовища, прогнозуванні його параметрів у майбутньому потенціалі компанії, у тому числі фінансової складової. Цей аналіз має бути безперервним, оскільки стратегічний план повинен мати можливість постійного коригування для відображення змін умов функціонування як інструменту реалізації стратегії.

Вміння правильно вибудувати стратегію розвитку фірми є запорукою її процвітання та довгострокового існування на ринку.

Перелік посилань

1. Тимофєєв О. Стратегія: що це, які складові та етапи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://executives.com.ua/stratzihiya-vid-filosofiyi-do-shchodennoyi-praktyky/>
2. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О.Решетняк. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М.П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.

Федоряка В. В., студент 4 курсу,

Національний університет «Чернігівська політехніка», f.vladyslav2000@gmail.com

Науковий керівник: Алешугіна Н. О., канд. екон. наук, доцент,

Національний університет «Чернігівська політехніка», aleshugina@ukr.net

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

На теренах України івент-індустрія з'явилась порівняно недавно – в кінці дев'яностих років минулого століття як несамотійна частина туристичної галузі. Історично склалося так, що в самотійну сферу подієвий туризм виділився лише в останні двадцять років. Цей процес пов'язаний із появою в Україні середнього класу та ростом фінансових можливостей громадян, які у всі часи прагнули отримання нових вражень, бути частиною подій, впливати на їх перебіг та отримати радісне відчуття причетності до чогось більшого. Проте слід зазначити, що на території України івент-туризм розвивається досить повільними кроками.

Відомо, що тільки з 2002 р. туроператори почали створювати тури, що мають на меті відвідування фестивалів, ярмарок чи масштабних свят [1]. Зростання обсягу в'їзного туризму в Україні у зв'язку з різними подіями не є систематичним і пов'язано, насамперед, з такими

заходами як Євробачення, Євро-2012 чи фінал Ліги Чемпіонів УЄФА. Більшість подій в Україні є локальними, як максимум – регіонального масштабу, та, як наслідок, не приваблюють велику кількість туристів з інших країн чи навіть з інших регіонів України [2, с. 78]. В Україні є чимало відомих та популярних подій, на які, на жаль, туроператори не організують тури, хоча вони могли б стати значними рушіями для розвитку івент-туризму. Це, зокрема молодіжні фестивалі, що представляють мистецтво естради (зокрема музичне). Це – Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні та популярної музики "Червона рута", фестиваль «Файне місто Тернопіль», КиївМьюзикФест [4, с. 124–128]. Існує і цілий ряд народних та фольклорних фестивалів, які з успіхом можуть приваблювати туристів.

Низький попит як вітчизняних, так і іноземних туристів на тури подієвого характеру може бути зумовлений тим, що поширення подієвого туризму залежить від належної організації подієвих турів турфірмами, їх обізнаності з можливостями регіону, забезпеченістю останніх закладами харчування, розміщення, своєчасного рекламування та просування подій, надання актуальної інформації споживачам послуг тощо [2, с. 78].

В Україні існує достатня кількість туроператорів, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі, але їхня діяльність майже не торкається подієвого туризму. Вони, здебільшого пропонують так звані «етнотури». Це, зокрема, туроператор «Відвідай», м. Львів; туроператори «Терра Інкогніта» і «Етнотур» м. Київ, туроператор «Вилково-Тур», м. Одеса, туроператор «Окрайна», м. Тернопіль [3, с. 199].

Разом з тим, у сучасних споживачів туристичних послуг все більше і більше підвищується попит на тури, що включають елементи анімації у поєднанні з рекреаційною програмою. Для розвитку івент-туризму в нашій країні також стане в нагоді тісна співпраця закладів культури та мистецтва (музеїв, виставкових залів, культурних центрів та ін.) з вітчизняними туроператорами та окремими туристичними компаніями. Такого роду колаборація дасть змогу створювати новий туристичний продукт, який буде характеризуватися включенням різноманітних анімаційних та розважальних послуг, на кшталт театралізованих екскурсій, музейних вистав, історичних реконструкцій, майстер-класів та ін. Проте, цього буде недостатньо, адже для сприяння подальшому розвитку подієвого туризму на території України необхідно на адміністративному рівні провести наступні дії:

- забезпечити належне фінансування витрат, пов'язаних з маркетингом, розширенням рекламної кампанії та подальшою організацією подій державною та територіальними громадами;
- за рахунок певних економічних реформ (зокрема, зниження податків), стимулювати вітчизняні туристичні підприємства до розробки нових туристичних продуктів на основі подієвого туризму;
- організувати підготовку висококваліфікованих кадрів для координації та реалізації подієвих турів;
- створити орган, який буде відповідати за розвиток функціонування системи логістики для даного виду подій;
- забезпечити створення необхідної інфраструктури для кожної події;
- забезпечити належну безпеку туристів під час проведення подій, як це заведено у розвинених країнах [4, с. 124–128].

Аналізуючи запропоновані рекомендації щодо розвитку подієвого туризму в Україні, можна очікувати, що у майбутньому їх реалізація дозволить:

- покращити імідж України як туристично привабливої країни;
- доповнити ще одним економічно та соціально ефективним видом туристичну сферу України;
- сформувати стабільне збільшення туристичних потоків до України та в її межах;
- залучити інвестиції з державного бюджету, що буде сприяти модернізації інфраструктури;
- залучити зовнішні інвестиції, що сприятиме привабливості окремих туристичних регіонів;

- налагодити взаємну співпрацю закладів культури та мистецтва вітчизняними туристичними компаніями;

- створити комфортні умови для проведення дозвілля резидентами та перебування гостей в Україні;

- накопичити нові культурні традиції та по-новому актуалізувати старі [4, с. 124–128].

Впровадження подієвого або, іншими словами, івент-туризму є необхідним, так як це тільки сприятиме підвищенню рівня економічного розвитку країни, популярності внутрішнього туризму та збільшенню росту турпотоків. Проведення вищевказаних заходів тільки допоможе формуванню зацікавленості та збільшенню стабільного попиту з боку туристів до подій, що, в свою чергу, ще більше стимулюватиме розвиток подієвого туризму у нашій країні.

Перелік посилань

1. Event-tourism in Transcarpathia. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eventzakarpattya.wordpress.com/event-tourism/> (дата звернення: 10.12.2021).

2. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Глобальні та національні проблеми економіки. № 12. 2016. С. 460. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5567/1/Сучасний%20стан%20та%20перспективи%20розвитку%20подієвого%20туризму%20на%20території%20України.pdf> (дата звернення 10.12.2021).

3. Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 25 лютого 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів : ЛІЕТ, 2016. 300 с.

4. Тищенко П. В. Науковий вісник Ужгородського університету / П. В. Тищенко. – Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33. – Частина 4. – С. 124–128.

Чекараміт В. М., студентка 3 курсу

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, chekaramit_vm@donnuet.edu.ua

Науковий керівник: Кореніцина Т. М., канд. екон. наук

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, korenitsyna_tv_mk@donnuet.edu.ua

ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «СОТТА-ПЛЮС»

Інноваційна стратегія – це система дій підприємства, яка забезпечує досягнення довгострокових цілей його функціонування та розвитку, посилення конкурентних переваг, задоволення потреб клієнтів шляхом забезпечення стійкого попиту на продукцію та послуги, за допомогою застосування науково-технічних досягнень, визначення стратегічних інноваційних цілей і пріоритетів розвитку з урахуванням впливу зовнішнього і внутрішнього середовища, на основі яких формується система напрямів інноваційного розвитку, тип стратегічної поведінки на ринку, розподіл ресурсів на підприємстві [1].

Вибір та оцінка стратегічних альтернатив в області інноваційної діяльності, на нашу думку, повинні проводитись за складовими блоку інноваційного потенціалу підприємства. Тобто розробка стратегій інноваційної діяльності повинна передбачати розробку стратегій в області оновлення асортименту, оновлення технічної бази підприємства, використання нових інформаційних технологій, переорієнтації оргструктури управління на маркетинг, товарної та цінової політики, політики комунікацій, політики розподілу, політики в області персоналу [2].

Рекомендовані альтернативні інноваційні стратегії для досліджуваного підприємства ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» представлені в табл. 1.

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА НТСС-2021

Таблиця 1 – Рекомендовані альтернативні інноваційні стратегії ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» [3, 4]

Рекомендовані альтернативні стратегії за напрямками інноваційної діяльності підприємства								
Оновлення асортименту	Оновлення технічної бази підприємства	Використання нових інформаційних технологій	Переорієнтація структури управління на маркетинг	Товарна політика	Цінова політика	Політика розподілу	Політика комунікацій	Персонал
Стратегія збереження асортименту Стратегія поглиблення асортименту	Стратегія поступового повного оновлення Стратегія часткового оновлення	Придбання та адаптація Адаптоване використання та розробка	Інтенсивна переорієнтація Активна переорієнтація Повільна переорієнтація	Традиційна Опортуністична Оборонна Наступальна	Традиційна. Опортуністична Оборонна. Наступальна	Традиційна Опортуністична Оборонна Наступальна	Традиційна Опортуністична Оборонна Наступальна	Підприємницька динамічного росту кругообігу

З представлених альтернативних стратегій ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» повинно обрати стратегії, що найбільш відповідають можливостям підприємства, тобто реалізація яких найбільш імовірна та покликані забезпечити максимальний ефект (тобто стратегії, що отримали максимальну оцінку).

Основними видами інноваційних стратегій, що передбачають реалізацію стратегій в області кожного з напрямків інноваційної діяльності, є традиційна, опортуністична, оборонна, імітаційна, залежна та наступальна. Тому вважаємо за доцільне насамперед вибрати вид інноваційної стратегії підприємства, а потім згідно зі зробленим вибором розробляти набір інноваційних стратегій, що відповідають кожному з напрямків інноваційної діяльності. Результати оцінки альтернативних інноваційних стратегій для досліджуваного підприємства ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» представлені в табл. 2 (шкала оцінки від 0 до 30).

Таблиця 2 - Оцінка альтернативних інноваційних стратегій, бали

Альтернативні інноваційні стратегії					
Традиційна	Опортуністична	Залежна	Оборонна	Наступальна	Імітаційна
12	18	11	25	11	15

Матриця вибору інноваційної стратегії в залежності від інноваційної позиції і рольової функції, що відіграє підприємство пропонує наступні інноваційні альтернативи: захист позицій, висока інтенсивність НДДКР, стратегія слідування за лідерами, розширення ринку, стратегія оптимізації, стратегія адаптації, стратегія раціоналізації, організація „ризикованого” проекту, стратегія раціоналізації, стратегія залучення інвесторів. Нами рекомендовано інноваційні стратегії для досліджуваного підприємства, що представлені в табл. 3. Так, наше підприємство ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» повинно використовувати стратегію адаптації.

Таблиця 3 - Рекомендовані інноваційні стратегії для ТОВ «СОТТА-ПЛЮС»

Назва підприємства	Інноваційна позиція підприємства	Рольова функція підприємства на ринку	Рекомендована стратегія
ТОВ «СОТТА-ПЛЮС»	Середня	Послідовник	Стратегія адаптації

Отже, можна зробити висновок, що для підприємства ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» найбільш придатною є оборонна стратегія. Реалізація цієї стратегії вимагає від ТОВ «СОТТА-ПЛЮС» підготовку детальних оперативних планів, програм, проектів і бюджетів та оцінювання діяльності підприємства з урахуванням встановлених цілей і планів.

Перелік посилань

1. Федулова І. В. Класифікація інноваційних стратегій [Текст] / І. В. Федулова // Теорії мікро- макроекономіки: збірник наукових праць. Академія муніципального господарства. – 2010. – № 35. – С. 122–130
2. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія [Текст] / М. Г. Бойко. – К.: КНТЕУ, 2010. – 524 с.
3. Мельник Ю. М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг [Текст] / Ю. М. Мельник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – Т. 7. – Вип. 4. – С. 67–72.
4. Семенова В. Г. Основні етапи формування інноваційної стратегії підприємства [Текст] / В. Г. Семенова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2007. – Вип. 26. – С. 290–294.

Чернявський Б., аспірант
ВУЗФ, м. Софія (Болгарія)

РЕФЛЕКСІЯ СЦЕНАРІЇВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У МАЙБУТНЬОМУ

Як відомо, логістика виступає ключовою об'єднуючою ланкою та одним із головних чинників розвитку практичних усіх галузей національної економіки. Її розвиток майже синхронно відображає зміни в інших сферах економічної системи, для яких вона є невід'ємною частиною операцій та бізнес-моделі. Події останніх років, пов'язані з ліквідацією кризових явищ в період пандемії, змушують нас задуматися про те, як може розвиватися торгівля та логістика у майбутньому, тим самим мотивуючи на пошук інноваційних рішень. В контексті цього особливо важливим та актуальним є дослідження «Логістика 2040» [1], яке було здійснено FM Logistic SE у співпраці з експертами 4CF. 4CF - це польська компанія, яка спеціалізується на передових стратегічних форсайтах. Її фахівці досліджують майбутнє, щоб допомогти своїм клієнтам у прийнятті ефективних стратегічних рішень. FM Logistic Central Europe є філією FM Group, світового лідера в галузі логістичних рішень, заснованого у Франції, який сьогодні присутній на трьох континентах та в 14 країнах світу. FM Logistic SE має 17 логістичних платформ, 30 складських приміщень, де працює понад 5500 співробітників. У цілому, компанія має понад 750 000 м² складської території та нараховує парк біля 2500 автомобілів [3].

В даному звіті були представлені 3 сценарії, сформульовані на основі галузевого аналізу тенденцій розвитку, поглибленого дослідження наукових робіт у вітчизняній та зарубіжній літературі, а також аналітичного дослідження експертами FM Logistic різних аспектів, які вплинуть на логістичний сектор у майбутньому:

Сценарій 1 – «Високотехнологічний світ». У звіті йдеться про те, що більшість проблем у 2020 році вже вирішені завдяки надзвичайному технологічному прогресу. Прогнозується, що послуги, які надаватимуться логістичними операторами будуть більш вузькоспеціалізованими [2].

Головна гіпотеза: до 2040 року логістичні компанії поглинуть багатьох виробників первинних товарів та кінцеві ланки ланцюжків створення вартості: повторне використання, рециклінг та регенерацію. Це призведе до істотного їх впливу на ринок споживчих товарів і в той же час дозволить запропонувати найбільш бажану циркулярну модель з рівнем надійності, близьким до статистичного ідеалу. *Фактори конкурентної переваги:* наявність алгоритмів оптимізації штучного інтелекту та технологій автономної навігації [3].

Сценарій 2 – «Світ «нульового зростання». У ньому економіка і суспільство підпорядковані боротьбі зі зміною клімату. Світ унаочнює вагомість заходів щодо забезпечення сталого розвитку та соціального капіталу для національної економіки, включаючи сферу

логістичних послуг. Завдяки транспортним системам з нульовими викидами логістика відіграватиме вирішальну роль у розвитку зелених міст і дасть змогу компаніям досягти кліматичної нейтральності [2].

Головна гіпотеза: до 2040 року логістика буде грати вирішальну роль у забезпеченні кліматичної нейтральності своїх клієнтів, що є обов'язковою умовою доступу на ринки розвинених країн. Це дуже вимогливий світ для логістичних компаній. *Фактори конкурентної переваги:* досвід в галузі рішень сталого розвитку і в побудові ланцюжка поставок; володіння ліцензованим рухомим складом для автономних транспортних систем; ступінь налагодження зв'язків з місцевими постачальниками [3].

Сценарій 3 – «Світ, де рівень міжнародної співпраці є недостатнім для успішного розвитку та вирішення найважливіших глобальних проблем». Цей світ - бачення концентрації логістики у руках найсильніших гравців, перевагою яких буде отримання відповідних екологічних, експлуатаційних сертифікатів та ліцензій. До 2040 року передбачається, що логістичні компанії працюватимуть на основі концесій, завдяки яким лише найбільші оператори ринку зможуть запропонувати доступ до всіх каналів розподілу та електронної комерції [2].

Головна гіпотеза: до 2040 року система вільної торгівлі, включаючи внутрішній ринок ЄС та вільний рух товарів, буде руйнуватися, що призведе до логістичної кризи та перерозподілу ролей. *Фактори конкурентної переваги:* право власності на транспортну інфраструктуру та концесії; право власності на складські приміщення; навички маркетингу та оптимізації розвитку [3].

Як бачимо, ринок логістики за всіма трьома представленими сценаріями сильно відрізняється від того, що ми спостерігаємо сьогодні. Що вже сьогодні слід зробити, щоб бути в числі гравців на ринку конкурентних послуг? Перш за все, слід включити екологічні критерії в політику закупівель. Компанії вже зараз повинні замислюватися про включення питань сталого розвитку в свої стратегічні плани. Йдеться про інвестиції в розробку й впровадження екологічно чистої упаковки та мінімізації використання пластику; інвестиції в транспортні засоби та обладнання, які менше будуть забруднювати навколишнє середовище. Також істотне значення матимуть реалізація будівництва складських об'єктів, в яких, крім іншого, будуть враховуватися ефективне використання води і електроенергії, міститися альтернативні джерела енергії та використовуватися екологічні будівельні матеріали. Використання енергозберігаючих пристроїв і повна автоматизація складу – це один із найкращих способів створити екологічно чистий об'єкт. Ефективний склад з принципами «зеленої» логістики повинен характеризуватися зразковою організацією внутрішніх логістичних процесів обробки та управління запасами, а також продуманою реалізацією логістики рециклінгу та регенерації [4]. Підсумовуючи вище наведене, слід виділити кілька причин, за якими «зелена» логістика повинна стати наріжним каменем бізнесу у майбутньому. Перш за все, вона є більш конкурентоспроможною. Бренд, який просуває екологічні рішення в логістиці і свою філософію, набагато більш привабливий для потенційних клієнтів, чия обізнаність в цих питаннях стає дедалі більшою і починає грати все більш важливу роль при здійсненні покупок. Зелена логістика також означає економію в довгостроковій перспективі завдяки більш відповідальному управлінню логістичними процесами та оптимізації споживання електроенергії, води і т.д. [5].

Перелік посилань

1. Logistyka 2040. Przyszłość - to już niebawem. [Text] URL: http://info.fmlogistic.com/Logistyka_2040
2. Jaka czeka nas przyszłość logistyki? [Text] URL: <https://www.logistyczny.com/aktualnosci/glos-z-rynku/item/5666-jaka-czeka-nas-przyszlosc-logistyki>
3. Logistyka 2040: trzy scenariusze przyszłości. [Text] URL: <https://omecon.pl/logistyka-2040-trzy-scenariusze-przyszlosci-logistyki/>
4. Zielona logistyka – przyjazny dla środowiska łańcuch dostaw. [Text] URL: <https://www.mecalux.pl/blog/zielona-logistyka-definicja-wyzwania>
5. Cherniavskiy B., Vazov R. Innovative logistics as a tool to increase the competitiveness of the polish construction industry. [Text] URL: <http://papersvuzf.net/index.php/VUZF/article/view/112/114>.

Чиркова Х. М., студентка 4 курсу

Гомельська філія Міжнародного університету «МІТСО», chirkova.k86@gmail.com

Науковий керівник: Ємельянченко Я. В., магістр екон. наук

Гомельська філія Міжнародного університету «МІТСО», yanina-email@yandex.by

РЕЦИКЛІНГ В ЕКОЛОГІЧНІЙ ЛОГІСТИЦІ ОРГАНІЗАЦІЙ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ

Вирішити проблему забруднення навколишнього середовища, яке на даний момент є пріоритетним у всіх країнах світу, допомагає екологічна логістика. Вивіз сміття та його переробка є дуже витратною статтею бюджету будь-якого підприємства, тому за допомогою екологічної логістики можна оптимізувати ці витрати та знайти оптимальні рішення в управлінні організаціями, що займаються подібним бізнесом.

У цій роботі розглянемо актуальні аспекти рециклінгу та утилізації вторинних матеріальних ресурсів, які у практиці білоруських організацій промисловості.

Щорічно в Республіці Білорусь збільшується кількість відходів, що утворюються. Це пов'язано зі зростанням виробничих потужностей підприємств та зниженням зацікавленості виробників у вирішенні проблеми утилізації відходів через нестабільне економічне становище країни. Разом з тим, найближчим часом Національною стратегією поводження з твердими комунальними відходами і вторинними матеріальними ресурсами в Республіці Білорусь заплановано досягти 64% використання комунальних відходів, а до 2035 цей показник повинен бути не менше 90% [1].

Згідно з даними Міністерства природних ресурсів та охорони навколишнього середовища Республіки Білорусь рівень використання традиційних видів вторинних матеріальних ресурсів, що з'являються в результаті промислової діяльності, становить понад 94 %:

- 1) відходів паперу та картону – 94,7 %;
- 2) відходів скла – 94%;
- 3) відходів пластмас – понад 90%;
- 4) резиновмісних відходів, включаючи зношені шини - 97,8% [1].

Існує кілька видів утилізації відходів: спалювання, компостування, поховання, брикетування.

Зазначимо, що екологічним забезпеченням логістики є комплекс та/або процес, який здійснює організаційні технічні та наукові заходи, що визначаються теоретичною та прикладною екологією. Їх виконання дозволяє досягти певних логістичних цілей та вирішити необхідні логістичні завдання у призначений термін із мінімальними витратами для виконання логістичних дій.

Сучасним рішенням утилізації відходів організацій є рециклінг.

Рециклінг – різновид переробки відходів. Це один із найпростіших і найефективніших методів боротьби зі зростаючою кількістю сміття на планеті.

Існує два основних варіанти рециклінгу:

1) використання відходів повторно за тим самим призначенням (наприклад, скляні пляшки після обробки);

2) повернення їх у виробничий цикл (наприклад, з макулатури роблять папір та картон).

Рециклінг є повторним перетворенням субстанцій чи матеріалів, які у відходах виробництва, з метою отримання субстанції чи матеріалу з первинним чи з іншим призначенням.

З позиції охорони навколишнього середовища логістика охоплює можливість рекуперації продукту, необхідність утилізації відходів усілякими способами, вибір найбільш екологічних транспортних засобів. Процес рециклінгу складається із трьох сегментів, представлених у таблиці 1.

Таблиця 1. Сегменти рециклінгу

Сегмент	Опис
А	Сегмент збору вторинної сировини із спеціальних контейнерів, центрів збору та пунктів прийому, підготовки до придатного для повторної переробки стану.
В	Виробничий процес, що полягає в перетворенні відходів на субстанцію або продукт, який як ефект процесу рециклінгу містить вартість для кінцевого споживача.
С	Сегмент, у якому використовується результат процесу рециклінгу як субститут елемента, виготовленого із природної сировини.

Примітка: авторська розробка на основі літератури [2]

З таблиці видно, що за допомогою упаковки та вищезгаданих сегментів споживачі можуть дізнатися про те, чи можна використовувати упаковку або товар повторно. У сегменті «А» споживач може допомогти сміттєпереробним підприємствам, сортуючи сміття в спеціальні контейнери, призначені для того чи іншого виду вторинної сировини. Сегмент «В» допомагає екології не допустити збільшення вторинної сировини, оскільки вона йде на переробку в готову продукцію. Сегмент «С» служить замикаючим циклом переробки. В результаті виникає новий товар із вторинної сировини для подальшого використання споживачем.

Підсумовуючи, можна дійти невтішного висновку у тому, що розглянуті процеси утилізації і переробки відходів підприємств є лише частиною існуючих у цій галузі проблем. Масштаби екологічних проектів досить великі, і скрізь фігурує логістика, оскільки логістика виходить з принципів оптимального використання ресурсів, чого також прагне наука екологія.

З погляду охорони навколишнього середовища, логістика охоплює весь «життєвий цикл» продукту, зокрема можливість рекуперації, необхідність утилізації відходів у різний спосіб, вибір найбільш екологічних транспортних засобів та інше.

Використання рециклінгу в екологічну логістику країни позитивно впливають як у економічні, і екологічні показники. Переробка відходів з урахуванням логістичних принципів з допомогою сучасних технологічних досягнень дозволить Республіці Білорусь наблизитися до європейським стандартам ведення бізнесу.

Перелік посилань

1. Применение новых технологий и совершенствование системы сбора и переработки вторичного сырья [Электронный ресурс] / Министерство природных ресурсов охраны окружающей среды Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/ru/news-ru/view/primenenie-novyx-technologij-i-sovershenstvovanie-sistemy-sbora-i-pererabotki-vtorichnogo-syrjja-3460/>.

2. Рецикллинг: что это такое, как работает и зачем нужно [Электронный ресурс] / РБК Тренды – Кто и как меняет глобальную экономику. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/60ebfc119a7947d57212db0a>.

Шигимага С. Д., здобувач вищої освіти, гр. ЕП20-26 пр.
Державний біотехнологічний університет, sofiashigimaga@gmail.com

Науковий керівник: Богданович О. А., канд. екон. наук
Державний біотехнологічний університет, olgsunny902@gmail.comніверситет

ТРУДОВІ РЕСУРСИ ТА ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУСПІЛЬСТВА

Людські ресурси – це специфічні та найважливіші фактори з усіх видів економічних ресурсів. Найголовніші чинники, що повинні мати працівники, це – певні професійні вміння, знання та навички для реалізації їх у робочому процесі. Залежно від цілі дослідження, людські ресурси характеризуються різними соціально-економічними категоріями населення: економічно активне населення, трудові ресурси, трудовий потенціал, людський капітал [1].

Якщо порівняти категорії «робоча сила» і «трудоий потенціал», то можна відзначити, що великий перелік вчених розглядають зміст категорії «робоча сила» як сукупність знань та умінь, фізичних здібностей, інтересів людини, які вже реалізовані у ході минулої трудової діяльності [2], а трудовий потенціал – як довгу конфігурацію, яка перебуває в постійному розвитку та у процесі якого, вже виявлених і реалізованих можливостей та здібностей, додаються нові трудові здатності [3]. Але більшість дослідників вважає, що робоча сила, як і трудовий потенціал, також є ресурсною категорією, оскільки являє собою потенційну здатність до праці.

Махсма Б. М. під трудовим потенціалом розуміє можливу кількість і якість праці, сукупність якостей, що пов'язує працездатність людини [4]. Трудові ресурси – це кількість осіб обох статей у працездатному віці, тобто працездатна частина населення, які, можуть брати участь у виробництві, можуть надавати послуги і виконувати роботу та здатні виробляти матеріальні блага Трудові ресурси як економічна категорія відображає тільки невелику частину населення країни.

Від недавнього часу категорія «трудоий ресурси» виконує функції планово-облікового вимірника робочої сили.

І. Я. Петренко і П. І. Чужинів вважали поняття «трудоий ресурси» значно ширшим, ніж поняття «робоча сила» оскільки «крім зайнятих у суспільному виробництві (робоча сила) включають і потенційну частину запасу праці, тобто людей, які не приймають участі, але за відповідних умов можуть брати участь у виробничому процесі» [5, с. 101]).

Категорію «трудоий ресурси» О. В. Крисальний характеризує як якісну сукупність виробників, які створюють матеріальні, духовні цінності та інші блага для всієї країни [6].

Перелік посилань

1. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/80825/ekonomika/trudovi_resursi_trudoviy_potentsial_suspilstva.
2. Бородіна О. М. Людський капітал на селі: наукові основи, проблеми розвитку. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 177 с.
3. Сагиндиків Е.Н. Комплексний аналіз і прогноз формування трудового потенціала регіона. 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Изд-во СПбУ-ЭФ, 1999. – С. 331.
4. Махсма Б. М. Економіка праці й соціально-трудоий відносини: Навчальний посібник. – К.: Атака, 2005. – 304 с., с. 300.
5. Петренко И. Я., Чужинів П. И. Экономика сельского хозяйства. – Алма-Ата: Канар, 1988. – 416 с.
6. Экономический словарь агропромышленного комплекса / Сост. А.В.Крисальний; под ред. А. А. Сторожука. – К.: Урожай, 1986. – 336 с.

Щербатюк А. Г., здобувачка вищої освіти 2 курсу магістратури, група ЗМУПп-201
Національний університет “Чернігівська політехніка”, shcherbatyukanya@gmail.com
Науковий керівник: Хмелевський С.М., канд. екон. наук, доцент
Національний університет “Чернігівська політехніка”, sergeyv3x@gmail.com

СПЕЦИФІКА АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ ВІДДАЛЕНИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ

Зміни в складі персоналу практично будь-якої організації відбуваються в умовах сьогодення регулярно. Хтось звільняється, хтось приходить на вакантну посаду. Однак, на практиці не кожен новий працівник одразу може влитися до команди, яка вже була сформована до нього, а також звикнути до нових вимог. Це цілком нормально, відчувати певний стрес на новому робочому місці. Або через страх зробити помилку при виконанні дорученого завдання, або через неспроможність знайти спільну мову з колегами чи прямим керівником. Такий стан речей триває від 2 до 8 тижнів. Його тривалість залежить від характеру, складу, виду роботи, кількості обов'язків покладених на нового співробітника.

Звісно, керівництво організації може й не втручатись до процесу пристосування нового працівника до свого нового робочого місця. Але це надзвичайно неефективний підхід! Нерідко можуть виникати конфлікти на робочих місцях. Продуктивність нового співробітника, доки він не освоїв нове місце, теж не буде високою. А крім того, під час інтеграції в робоче середовище новий працівник оцінює організацію (як і організація оцінює працівника), і якщо цей процес не контролюється, є велика ймовірність, що людина відмовиться від своєї посади або витратить занадто багато часу, щоб приєднатися до команди.

Натомість зменшує витрати організації (оскільки дає новачкові можливість запрацювати якнайшвидше в повну силу), а також збільшує лояльність «старих» працівників, зміцнює команду, і в кінцевому підсумку зберігає час як виконавців так і керівництва налагоджена система адаптаційної діяльності.

Адаптація персоналу – це структурований процес інтеграції нового співробітника до нового робочого середовища.[1]

У практиці управління персоналом, прийнято виділяти такі напрямки адаптації:

- організаційна адаптація;
- психологічна адаптація;
- професійна адаптація;
- ціннісна адаптація співробітника.[2]

Традиційно розрізняються два види адаптації – виробнича та невиробнича.

Цикл так званої виробничої адаптації передбачає ознайомлення з норми та правилами роботи в організації, колом обов'язків та системою підпорядкування, ознайомлення зі структурою організації та новою командою, а також інформування щодо системи матеріальної винагороди.

Невиробнича адаптація – являє собою встановлення неформальних відносин всередині колективу. Саме до цього типу належать всі види корпоративів, спільних розваг та спортивних заходів – одним словом, все те, що дозволить співробітникам бачити один одного не лише штатними одиницями та виконавцями певних функцій, але й звичайними людьми, з якими можна приятелювати.[2]

З 27 лютого 2021 року в Україні запроваджено дві самостійні форми організації праці: дистанційну й надомну (статті 60² та 60¹ Кодексу законів про працю відповідно).

Надомний працівник працює за місцем проживання або в інших визначених ним місцях поза приміщеннями роботодавця. [3]

Дистанційні працівники працюють у будь-якому місці за власним вибором. Водночас мають бути на зв'язку з роботодавцем за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. [3]

Законодавство не визначає переліку робіт, які можуть виконуватися дистанційно. Роботодавець самостійно вирішує, чи може робота виконуватися поза межами офісу.

На практиці переведення працівника на дистанційну чи надомну роботу напряму пов'язано з вторинною адаптацією персоналу. І ось чому. Доводиться адаптуватись до цілого ряду властивостей віддаленого робочого місця:

1. не потрібно йти чи їхати на роботу. З одного боку, безумовно, економія часу і грошей. Так як поїздка на роботу і з роботи в умовах пандемії коронавірусу – сумнівне задоволення! Та й транспорт останнім часом задоволення не з дешевих. Адаптуватись тут не складно, але є й «інший бік медалі» – соціальна ізоляція. Не буде таких дрібних радощів, як коротка перерва на каву, спільний обід або обмін спільними планами на вихідні з колегами. Деякі люди дуже важко справляються з відсутністю соціальної взаємодії. Крім того, коли живеш і працюєш в одному місці границя між роботою та відпочинком починає стиратися. Незабаром це може призвести до професійного вигорання, тому що робота та особисте життя стали одним цілим.

2. робота у власному ритмі. Це означає, що ви можете працювати, коли ви відчуваєте себе найбільш продуктивним. Для деяких це може бути ранок, інші вважають за краще працювати до пізньої ночі. Проте доводиться боротись з відволікаючими факторами. Вони завжди з'являються коли працюєш з дому: швидко попрайти, «збігати» за продуктами, прибратись у будинку чи то глянути нову серію улюблених серіалів. Не всі люди не то що володіють, а навіть чули про те, що таке time-менеджмент.

3. незалежність. Коли ви працюєте з дому, ви можете приймати більше рішень самостійно. Тепер ви самі відповідаєте за вашу роботу та за її результати. Це здорово, коли немає керівника, який спостерігає за вами весь день. Але деякі люди не можуть працювати продуктивно без такого тиску. Багато кого відволікають відсутність мотивації, відсутність відчуття, що це дійсно робочий день. Все це може дуже негативно вплинути на продуктивність.

4. власна робоча атмосфера. Ви можете створити робочу атмосферу, яка найкраще підходить вам. В теорії якщо вам не подобається, або ви не можете працювати з дому, то можна взяти свого ноутбуку і працювати будь-де. Наприклад, у своєму улюбленому кафе, в парку або в центрі коворкінгу біля будинку. З іншого боку, це також може мати негативні наслідки. Більшість організацій надають офіси з ергономічними кріслами або столами для роботи. Коли ви працюєте з дому, ви, можливо, не захочете інвестувати достатньо грошей у належне обладнання для домашньому офісу.

5. взаємодія. Так, Google Meet чи то Microsoft Teams звісно є, й Viber з Telegram ні для кого вже не дивина. Проте банальна цифрова неграмотність може стати на заваді ефективній роботі з віддаленого робочого місця.

Перелік посилань

1. Бикова А. Л., Паранько Д. Д. Складові ефективної адаптації персоналу. // Молодий вчений. – 2016. – № 12.1. – С. 640-646.

2. Гарват О. А., Голянтус І. О. Основні проблеми та напрями адаптації персоналу підприємств. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2016. – Вип. 17(1). – С. 104-107.

3. Дистанційна робота: про що треба знати роботодавцю // Державна служба України з питань праці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dsp.gov.ua/podolannia-nelehalnoi-zainiatosti/dystantsiina-robota-pro-shcho-treba-znaty-robotodavtsiu/>

4. Кодекс законів про працю України (редакція від 15.12.2021). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>

Юрченко М. С., здобувач вищої освіти 2-го курсу, гр. МЕДп-201
Національний університет «Чернігівська політехніка», maxum0198@gmail.com

Науковий керівник: Шадюра-Никипорець Н. Т., канд. екон. наук
Національний університет «Чернігівська політехніка», nikiporetc@ukr.net

ВОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ: КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Домінуюча у сучасному світі концепція сталого розвитку, котра передбачає гармонізацію економічної, соціальної та екологічної складових, актуалізує питання щодо раціонального використання усіх видів природних ресурсів та компонент довкілля. Особливої уваги у цьому контексті для України потребують питання раціонального водокористування. Така увага зумовлена поєднанням двох аспектів: з одного боку водні ресурси широко використовується у суспільному виробництві та для задоволення побутових потреб населення, а з іншого – Україна характеризується низьким водоресурсним потенціалом [1].

Використання водних ресурсів набуває одну із двох форм – водозабезпечення і водокористування. Перша із них охоплює заходи, спрямовані на забезпечення водою населення, промислових підприємств, транспорту та інших споживачів, а її головне завдання полягає у трансформації річкового стоку у придатні до використання водні ресурси. Водозабезпечення здійснюється за допомогою транспортних комунікацій, каналів, штучних водойм, дамб та дренажних систем.

Друга форма – водокористування, уособлює собою сукупність усіх видів використання водних ресурсів у загальній системі природокористування (рис. 1).

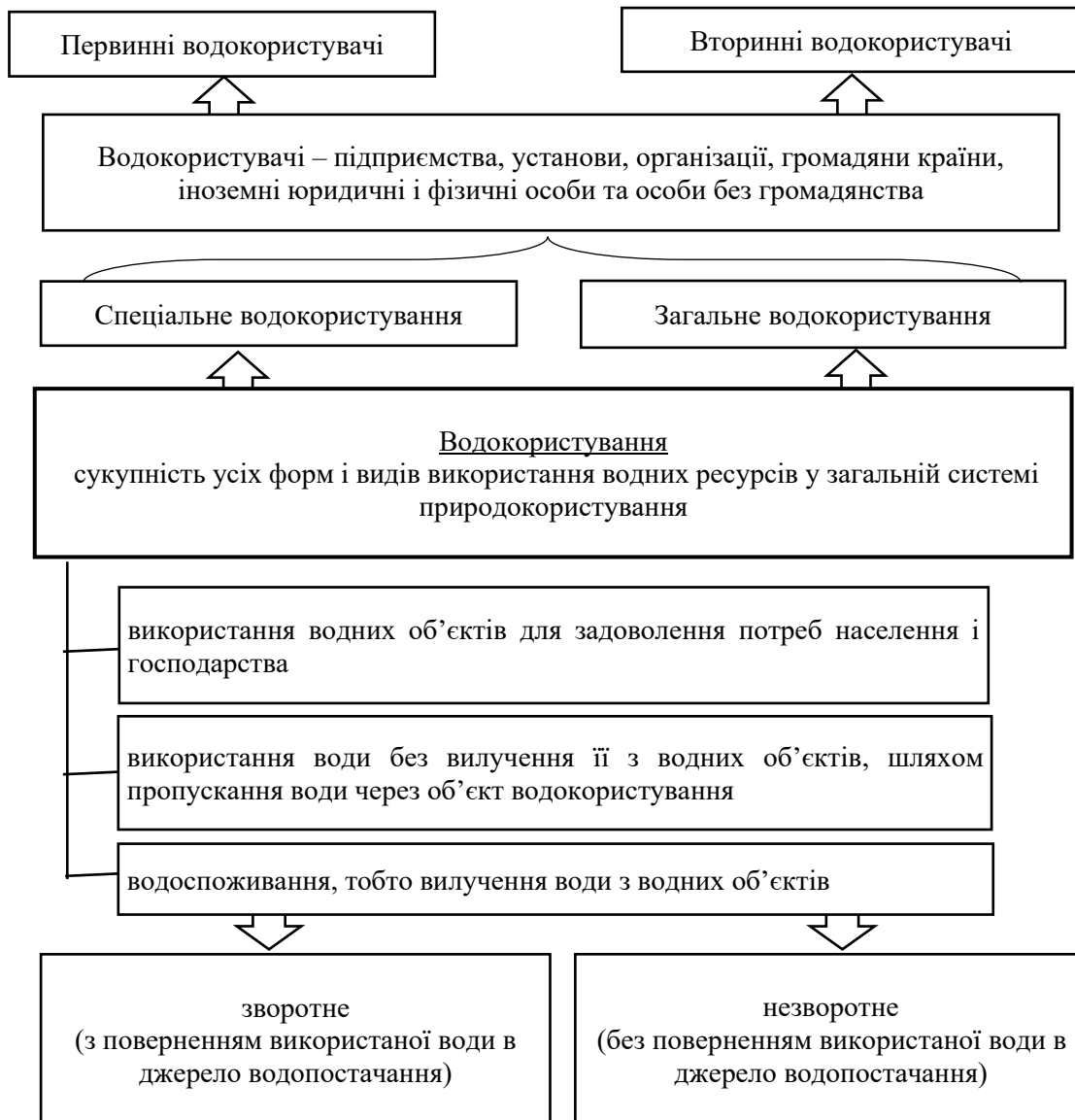


Рис. 1. Складові та види водокористування.

Водокористування може бути реалізоване через використання корисних властивостей води безпосередньо в межах водних об'єктів, що не супроводжується її прямими витратами (гідроенергетика, водний транспорт, рибне господарство, туризм, водний спорт, рекреація), або через використання корисних властивостей води, що супроводжується забором води з водних об'єктів, тобто водоспоживання. Водоспоживання часто супроводжується прямими втратами води у процесі залучення до технологічних процесів, тобто означає безповоротне застосування в промисловості, сільськогосподарському зрошенні, житлово-комунальному господарстві та ін.

У 2019 р. з природних водних об'єктів в Україні було забрано 11 млрд. м³ води, з яких 65,9% було використано (7,3 млрд. м³). Динаміка забору та використання води протягом останніх десяти років носить мінливий характер і характеризується загальною тенденцією до зниження – до 2019 р. обсяг забору води скоротився на 25,2%, а обсяг використання – на 25,5 %, що вказує на формування позитивних змін у сфері водокористування України (рис. 2). Відповідно позитивну динаміку виявляє і зменшення обсягів скидання зворотних вод у поверхневі водні об'єкти: з 2010 р. до 2019 р. на 31,3 %.



Рис. 2. Динаміка забору, скидання та використання води в Україні [3]

У 2019 р. було скинуто 5573 млн. м³ зворотних (стічних) вод, разом з якими до природних водних об'єктів потрапляють і забруднюючі речовини. Тим не менш найбільшу частку у зворотних водах складають нормативно чисті без очистки води. В 2019 р. 16 областей не здійснювали скидання забруднених зворотних вод без очищення у поверхневі водні об'єкти [2].

Проведений аналіз вказує, що Україна докладас зусиль для збереження водних ресурсів та прагне до формування нового типу мислення, орієнтованого на екологічні пріоритети у рамках концепції сталого розвитку,

Перелік посилань

1. Державне агентство водних ресурсів України. Офіційний сайт URL: davr.gov.ua.
2. Мініна О. В., Шевченко О. С., Мороз Є. А. Забруднення довкілля як складова глобальної екологічної кризи: національний рівень. Науковий вісник Полісся. 2020. № 2 (21). С. 39-51.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Grishay A. V., master's student

Supervisor of studies: N. V. Nemogai, Candidate of Technical Sciences

Gomel International University "MITSO" (Gomel city, Belarus),

e-mail: niknemogay@tut.by

WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF LOGISTIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

The object of the research is Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye".

The subject of research - the logistics activities of Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye".

The aim of the work is to study the development of a set of measures to improve the logistics activities of Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye".

In accordance with the goal of the study the following tasks were set and solved:

- to investigate the theoretical basis of the logistic activity of the enterprise.
- to analyze the effectiveness of logistic activity of the enterprise.
- develop directions for improving the logistics activities of Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye".

The essence of logistics activity involves finding optimal solutions for managing the movement and placement of goods as a system. In this regard, there is a need to manage the interaction of these processes, ensuring the movement of goods, materials, etc. The totality of these processes in time and space, coordination of joint actions of structural units for logistics functions (operations), integration of organizations in a common supply chain are the main components of logistics activity [1, p. 176].

The result of logistics activities in a trade enterprise is a set of services for the movement and placement of goods, including stocks in the warehouse.

Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye" was created in 2006 and specializes in the production of hardwood lumber.

At the moment the staff of Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye" is 64 people. The company uses a linear management structure.

In a linear management each link and each subordinate has one leader, through whom all management commands pass through one single channel. In this case, management links are responsible for the results of all activities of facilities [2, p. 67].

Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye" was created in order to carry out economic activities aimed at making a profit.

Having analyzed the data of the enterprise, it was found that from 2017 to 2018 there is an increase in sales revenue by 2047 thousand rubles or 29.06%, and from 2018 to 2019 there is a decrease in sales revenue by 537 thousand rubles or 5.91%. Cost of sales increased by 1,715 thousand rubles or 36.23% from 2017 to 2018 and decreased by 673 thousand rubles or 10.44% from 2018 to 2019. Profit on sales from 2017 to 2018 increased by 332 thousand rubles or 14.37% and from 2018 to 2019 decreased by 816 thousand rubles or 30.89%. Net profit from 2017 to 2018 increased by 21 thousand rubles or 11.54%, and from 2018 to 2019 decreased by 643 thousand rubles or 30.65%.

To improve the logistics activities of Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye" three directions are proposed

1. Implementation of the TMS system.

2. Introduction of measures in order to optimize the size of supplied batches, introduction of measures in order to calculate the optimum size of the order on the condition of a wholesale discount.

3. Implementation of information logistic system.

Calculations according to the first measure company will have an increase of proceeds by 921,7 thousand rubles, an increase of profit on sales by 456,5 thousand rubles, an increase of net profit by 218,25 thousand rubles.

The economic effect will be equal to 298.6 thousand rubles. Payback period in this case will be equal to 0.27 years.

Having introduced an event, the purpose of which is to optimize the size of the batches supplied, and having made the calculations, there were savings of 490,05 thousand rubles only for one item of raw materials, and as a result of the introduction of the event, the purpose of which is to calculate the optimal size of the order, given a wholesale discount, and making the calculations, it was decided that the most advantageous for the private enterprise Unitary Enterprise "Beldrevizdeliye" to use the order size of 50 conventional units. Cost savings as a result of using quantity discounts amounted to 61.53 thousand rubles per year.

The introduction of an information logistics system will allow the enterprise UNITARY ENTERPRISE "Beldrevizdeliye" to increase profits by 1534 thousand rubles. Payback period in this case will be 2.904 years.

The introduction of the information logistics system will significantly reduce time losses at the stages of monitoring and filling of documents. The increase in profit for the year will be 1534 thousand rubles. Economic calculations have shown that the project is profitable and will pay off in 2.904 years.

Thus, having made the calculations, we can say that all the activities are conditional and have economic effect.

List of the used sources

1. Nemogai, N.V. Analysis of business education trends in supply chain management environment: Article / N.V. Nemogai. - Minsk.: National Library of Belarus, 2016. pp. 175-179.

2. Nemogai, N.V. Competitiveness of the enterprise: Textbook / N.V. Nemogai, N.V. Bonceovich - Minsk: RIVSH, 2019. - 524 c.

**Kashtalian O. O., Master's degree student, Specialty
"Economics of the environment and natural resources"**

Chernihiv Polytechnic National University, alex20002103@gmail.com

Scientific adviser: Samko O. O., PhD in Economics, As. Prof.

Chernihiv Polytechnic National University, oasamko@gmail.com

MODERN TRENDS OF SUSTAINABLE MARKETING

The modern economy requires the use of effective greening tools, one of which is sustainable marketing. To better understand the concept of sustainable marketing, it is important to study the origin of its definition and reveal its essence. In general, sustainable marketing has emerged in response to the demand of the entire market and consumers, in particular, where one of the main criteria for choosing a product, service or partnership was the identical views of the supplier, partner, counterparty on the environment. The concept has gone through four stages of evolution: 1) the stage of origin (before 1974); 2) environmental marketing (1975-1989); 3) "green" marketing (1990-2000); 4) sustainable marketing (after 2000). These concepts are very similar to each other in content and ideology, but at each stage, they became deeper and deeper in their meanings [1].

Its evidence is the definitions of the concepts, where at the first stage, environmental marketing was understood as a marketing approach designed to identify products and production methods that improve environmental indicators, have a further positive environmental impact, or solve certain environmental problems. The modern interpretation of sustainable marketing is a type of marketing aimed at meeting the needs of a certain group of consumers through goods and services that they contribute to preserving the environment. Furthermore, at the present stage, sustainable marketing is considered as a certain ideology, which is aimed at forming a responsible attitude among consumers [1].

The main goal of sustainable marketing is to form a community of companies and manufacturers focused on greening their activities. Sustainable marketing helps to plan and develop a company strategy that will provide additional benefits or reduce the economic burden in the face of the market's rapid desire to create an ecological environment. The priority of sustainable marketing is to promote goods and services among all the companies' stakeholders in order to preserve the environment and to implement the basic principles of sustainable development into their activities.

Sustainable marketing is an integral part of sustainable development, which includes not only the economic and environmental performance of the company but also considers the process of promoting goods and services from a social point of view. Sustainable marketing is often interconnected with the concept of socio-ethical marketing, where the main ideology is to identify and to meet needs with the obligation to preserve and improve the well-being of both consumers and society as a whole better than competitors. The implementation of sustainable marketing gives the company a set of tools and mechanisms through which it can conduct its market activities more efficiently in the context of the common struggle for environmental friendliness, manage its sources and factors of environmental impact, and bring its activities in line with various environmental market requirements [2].

To understand the essence of sustainable marketing, it's better to compare it with the regular marketing definition. When the main ideology of marketing is only to meet the needs of consumers, then sustainable marketing seeks to meet the needs of the whole society while preserving the environment and improving the social component. Companies that implement this concept promote not only the environmental friendliness of their products or services but also a comprehensive business ideology based on the desire to reduce the negative impact on the environment throughout the life cycle of the product.

Practical methods of implementing the concept of sustainable marketing: development and implementation of legislative norms that set certain standards for the use of natural resources; environmental PR, ensuring the openness of the company, creating a positive image for stakeholders; ensuring customer loyalty as the ability to effectively address environmental issues, which in turn affects

both the trust of consumers and their loyalty; development of new zero waste and safe technologies, which will use less harmful chemical compounds, production methods, etc.; development of eco-friendly goods and services; creating sustainable and effective feedback from consumers; support for innovation, which provides changes in motivation, the culture of behavior, and consumption, creating a community of people interested in new environmentally friendly goods and services [3].

In most countries, sustainable marketing is still not mandatory, but there are a number of companies that have already begun promoting this ideology. The world-famous leaders in this field are such companies as Microsoft, Adidas, Tesla, Starbucks. There are also some Ukrainian companies, such as SAN InBev Ukraine and others. There is a number of companies that have already done significant progress in the formation and development of sustainable marketing, which confirms the effectiveness of its application. Successful experience of some companies:

Adidas. It began producing shoes and other sportswear from plastic caught from the ocean. It is an excellent example of the use of secondary raw materials which leads to reduction of waste production and improvement of the environmental friendliness towards the world's oceans [4].

Tesla. A unique company that has been able to change market trends towards electric vehicles when there was a monopoly on the market of cars with internal combustion engines for many years. As a result, it gave a significant impetus to other competing companies to accelerate the pace of production of their own "green" cars [4].

Starbucks. One of the most popular coffee shops in the world, which also began the implementation of the concept of sustainable marketing, using coasters and belts for cups only from recycled paper. According to the company's statistics, it helps to save 78 thousand trees annually [5].

SAN InBev Ukraine. One of the most successful companies in implementing sustainable marketing initiatives in Ukraine. The company promotes the ideas of responsible resource use and products' environmental friendliness. The company, which specializes in beer production, uses only natural ingredients for its brewing and conducts more than 30 water tests for toxins, metals, and other impurities. Finally, SAN InBev Ukraine purifies the remaining water from production [6]. Thus, sustainable marketing is an important tool for greening the economy as a whole.

References

1.Hristo Katrandjiev, 2016. "Ecological Marketing, Green Marketing, Sustainable Marketing: Synonyms or an Evolution of Ideas?" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/Katrandjiev_br1_2016-7.pdf.

2.Ethics and Social Responsibility in Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://doi.org/10.1300/J090v20n01_05.

3.What do we mean by sustainability marketing? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/331073121_What_do_we_mean_by_sustainability_marketing.

4.Unilever, Tesla, Adidas Among Brands Proving Sustainability Makes Commercial Sense. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.environmentalleader.com/2017/02/unilever-tesla-adidas-among-brands-proving-sustainability-makes-commercial-sense>.

5.Еко-життя. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eko.org.ua/tendenciya-ekograffiti>.

6. Офіційний веб-сайт САН ІнБев Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://abinbevefes.com.ua>.

Підсекція 3: Фінанси, грошовий обіг і кредит

Ільчук В. П., д-р екон. наук, професор

Національний університет «Чернігівська політехніка», ivp5@ukr.net

Шпомер Т. О., канд. екон. наук, ст. викладач

Національний університет «Чернігівська політехніка», tanya_shpomer@ukr.net

ІНСТИТУЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Інституційне забезпечення як складова інфраструктури кредитного ринку, що визначає ефективність його роботи, є важливим об'єктом дослідження, в рамках якого здійснюється розробка дієвих заходів та методів підвищення якості подання кредитних послуг.

Зниження ефективності функціонування кредитного ринку, що пов'язана головним чином з недосконалістю його інфраструктурного забезпечення особливо в умовах посилення зовнішніх викликів і загроз, актуалізує проблему її модернізації.

Дослідженню інфраструктури кредитного ринку та окремих його складових присвятили свої праці відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: В. Опарін, В. Федосов, З. Васильченко, М. Савлук, І. Бровкіна, О. Васюренко, Ю. Коваленко, Р. Коттер, Т. Майєр, К. Редхед та ін., які зробили вагомий внесок у розвиток інфраструктури кредитного ринку, зокрема, її інституційної складової.

Віддаючи належне науковим здобуткам зазначених вчених, слід зауважити, що нерозв'язаними до цього часу залишаються проблеми, що стосуються розробки ефективних підходів щодо модернізації інституційного забезпечення функціонування кредитного ринку.

Інституційне забезпечення є потужним стрижнем ефективної підтримки стабільного функціонування і розвитку будь-якого виду економічної діяльності, зокрема і кредитного ринку, потенційні можливості якого за належного інституційного супроводу дозволяє суттєво підвищити якість надання кредитних послуг. Ефективний розвиток інституційної інфраструктури кредитного ринку можливий за умов активної участі держави, удосконалення механізмів законодавчо-правового регламентування та регулювання. Слід зазначити, що інституційна інфраструктура кредитного ринку базується на підтримці адміністративних структур та інститутів, а також на законодавчих і нормативно-правових актах, що спрямовані сприяти і забезпечувати ефективне функціонування кредитного ринку.

Саме держава відіграє ключову роль в інституційному забезпеченні функціонування кредитного ринку, оскільки розробляє законодавчі акти, правові норми і т. ін., які є орієнтиром у плануванні та використанні можливостей та потенціалу кредиторів в сфері своєї професійної діяльності. Держава також через свої інститути (НБУ, Мінфін і т. ін.) реалізує фінансово-кредитну політику, встановлює правила гри суб'єктів кредитного ринку.

Аналізуючи діяльність кредитного ринку, можна зазначити, що низька ефективність його роботи багато в чому визначається не тільки фінансово-економічною кризою, викликами і загрозами зовнішнього середовища, а й недосконалістю інституційного забезпечення процесу надання кредитних послуг. Така ситуація на кредитному ринку призвела до таких негативних явищ:

- зниження довіри споживачів до фінансових і в тому числі кредитних послуг, що призвело до зменшення попиту на кредити зі сторони населення та бізнесу;
- наявність жорстких умов надання кредитних коштів;
- сповільнення надходження коштів клієнтів до банківських установ, що зменшує їх кредитні ресурси;
- зростання фінансових ризиків в тому числі і кредитних;
- зниження якості кредитного портфеля банків;

- зростання кількості звернень позичальників щодо реструктуризації боргу за взятими кредитами;

- збільшення кількості непрацюючих кредитів, що призводять до зменшення їх кількості у портфелях банку;

- зменшення питомої ваги обсягів кредитування у ВВП;

- негативний вплив коронакризи, що зумовлює виникнення додаткових ризиків, які обмежують кредитно-інвестиційну активність суб'єктів бізнесу.

Такий стан речей вимагає застосування дієвих заходів щодо виправлення ситуацій на кредитному ринку. Одним із шляхів виходу кредитного ринку із кризи є модернізація інституційної інфраструктури, яка багато в чому визначає ефективність його роботи.

Серед основних заходів, спрямованих на модернізацію інституційної інфраструктури, слід відмітити такі:

- подальша розбудова існуючих регуляторів (НБУ, національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері кредитних послуг, національної комісії цінних паперів та фондового ринку) в напрямі посилення їхнього впливу на забезпечення прозорості діяльності суб'єктів кредитного ринку, посилення відповідальності за взяті зобов'язання, спрямованості на дотримання збалансованості інтересів учасників кредитного ринку;

- створення спеціалізованої страхової компанії щодо страхування кредитних ризиків банківських установ для компенсації кредиторам збитків у випадках виникнення проблемних кредитів;

- удосконалення законодавчих та нормативно-правових актів в напрямках як відповідності до міжнародного фінансового права, так і підвищення ефективності практичної діяльності суб'єктів кредитного ринку;

- використання ФінТех продуктів відповідних компаній, які допомагають покращити ефективність фінансових послуг, зокрема кредитних, забезпечують позичальників необхідною інформацією і аналітичними матеріалами та сприяють фінансовій інклюзивності в умовах зростання недовіри до банківської системи;

- створення спеціалізованих структур щодо аналізу кредитоспроможності потенційних позичальників для попередження появи поточних та можливих у майбутньому загроз та системних ризиків в процесі кредитної діяльності банків.

На сьогодні інституційну інфраструктуру кредитного ринку за формальною ознакою щодо кількості установ з відповідною спеціалізацією своєї діяльності можна вважати більш-менш розвинутою, але за функціональним призначенням та ефективністю своєї роботи не відповідає сучасним вимогам стосовно якісного забезпечення розвитку кредитного ринку, що потребує її модернізації. Особливо це стосується законодавчого і нормативно-правового забезпечення, яке багато в чому визначає ефективність функціонування кредитного ринку.

За умов прийняття інноваційних рішень, спрямованих на позитивні зміни в інституційній інфраструктурі шляхом її модернізації, можна суттєво покращити функціонування кредитного ринку і вийти на якісно новий рівень надання кредитних послуг.

Перелік посилань

1. Полінкевич О. М., Сидорчук І. І., Тимошук Т. В. Суть, принципи та типи кредитної діяльності комерційного банку. Економічний форум. 2014. № 4. С. 248-254.

2. Холодна Ю. Є. Мінімізація ризиків іпотечного кредитування в сучасних умовах. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 4. С. 122-126.

3. Шевалдіна В. Г. Сучасний стан кредитування населення в Україні. Фінанси, облік і аудит. 2013. № 1. С. 171-180.

Тоцька О. Л., д-р екон. наук, доцент, професор кафедри фінансів
Волинський національний університет імені Лесі Українки, o_totska@meta.ua

ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ПРОЄКТУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ГРАМОТНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОГРАМИ MICROSOFT EXCEL

Фінансова грамотність українців знаходиться на низькому рівні, що впливає на рівень їх добробуту. Оскільки ринок фінансових послуг стрімко розвивається, виникає нагальна необхідність фінансової інклюзії громадян, яка безпосередньо залежить від їх фінансово-економічної грамотності. Засади фінансово-економічної грамотності жителів України повинні закладатися ще в дитячі роки. Адже, підрісши, вони зможуть самостійно складати власний бюджет, контролювати видатки, приймати виважені фінансові рішення, вмітимуть заощаджувати та розсудливо ставитись до кредитів.

Проєкт «Фінансово-економічна грамотність для наймолодших» призначений для формування засад фінансово-економічної грамотності в дітей дошкільного та молодшого шкільного віку. Його бюджет можна сформувавши за допомогою програми Microsoft Excel (див. табл. 1, рис. 1).

Таблиця 1 – Бюджет проєкту «Фінансово-економічна грамотність для наймолодших»

Вид витрат	Одиниця виміру	К-сть	Ціна за одиницю, грн	Загальні витрати, грн	Частка витрат, %	Примітка
Друк презентац. матеріалів	буклети	50	16	800,00	0,44	власні кошти
Створення малюнків	од.	20	100	2 000,00	1,10	
Створення макету дитячої книги	од.	1	500	500,00	0,27	
Друк дитячої книги	од.	1 000	20	20 000,00	10,97	
Створення мультфільму	хв.	10	8 500	85 000,00	46,63	
Створення веб-сторінки проєкту	од.	1	2 000	2 000,00	1,10	
Проведення навч. занять	год./тиждень	480	150	72 000,00	39,50	
Усього витрат за проєктом:				182 300,00	100,00	

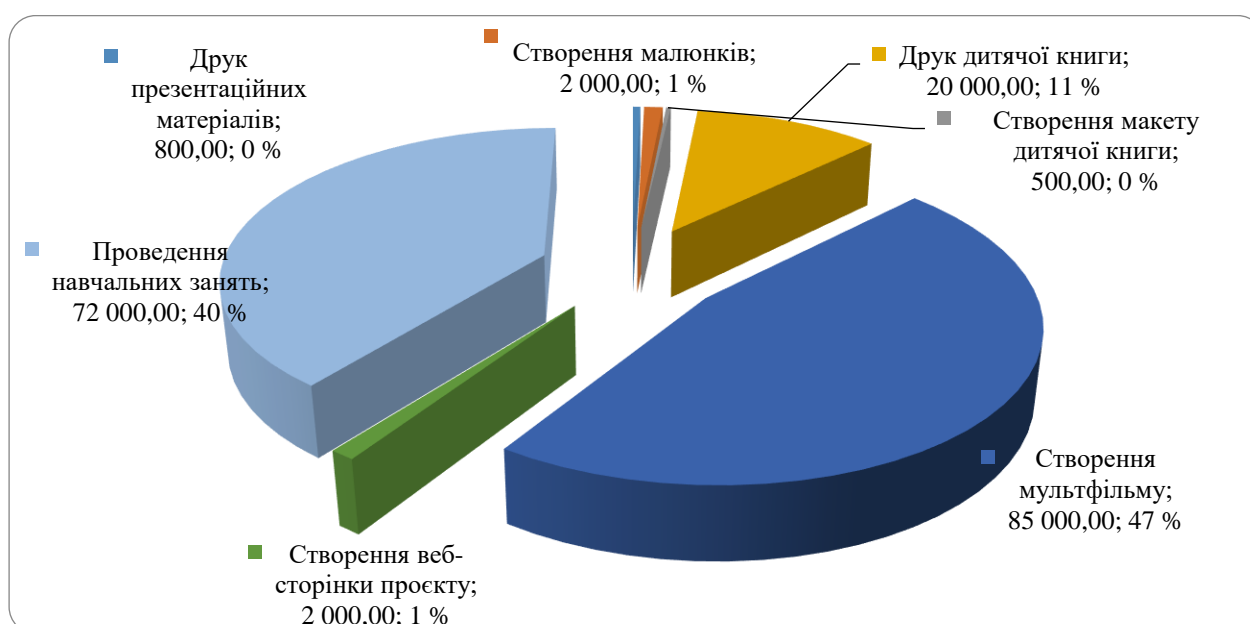


Рис. 1. Діаграма бюджету проєкту

Як бачимо, Microsoft Excel дозволяє візуалізувати бюджет проєкту «Фінансово-економічна грамотність для наймолодших» у табличному та графічному вигляді.

Коцюрубенко Г. М., канд. екон. наук, доцент
Одеський національний економічний університет

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЗМЕНШЕННЯ МАЙНОВОГО РОЗШАРУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ

Існуючий досвід функціонування держав з ринковою економікою свідчить про потенційні загрози щодо збільшення соціального розшарування населення, зокрема в контексті економічного або матеріального забезпечення. Не зважаючи на позитивність росту макро-показників для забезпечення соціально-економічного розвитку держави, такі тенденції, на думку вчених та дослідників, мають значний негативний вплив на поглиблення стратифікації населення: «зростання прибутків у світовому масштабі супроводжувалося збільшенням нерівності в процесі їхнього розподілу»[1]. Крім того, відповідно до досліджень Т. Пікетті розвиток економіки у ХХІ столітті свідчить, що «прибутки від капіталу випереджають ті, які дає праця»[1].

Тенденції розвитку економічних систем дають чіткі орієнтири важливості не лише формування заощаджень та накопичень, зокрема в частині забезпечення непередбачуваних витрат населення, але й концентрації уваги на інвестиційних можливостях та орієнтації, як держави так і населення, на активізацію діяльності у цьому напрямі. Тенденції формування заощаджень населення України свідчать про існуючу позитивну динаміку до їх формування (Табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка доходів, витрат і заощаджень населення України за 2015-2020 рр., млрд. грн. [2]

Рік	Доходи	Витрати	Заощадження
2015	5231,7	4952	+279,7
2016	6238,8	5720,4	+518,4
2017	8165,2	7139,41	+1025,8
2018	9904,06	8308,61	+1595,5
2019	12118,5	9670,2	+2448,3
2020	12432,27	9523,57	+2908,7

Реалізація інвестиційних можливостей заощаджень та трансформація їх у джерела формування доходів від капіталу та майна, в значній мірі залежать від готовності та спроможності населення залучатись до використання фінансових інструментів і взаємодії з фінансовими інститутами. Такі процеси вимагають від населення певних базових знань, тобто формування фінансової грамотності. Набуття таких знань не лише створить передумови для ефективного та прибуткового управління власними заощадженнями, але й дасть змогу убезпечити населення від різних фінансових махінацій та «пірамід». Досвід взаємодії з такими фінансовими шахраями та псевдо-інвестиційними інструментами не лише формує негативне враження від інвестиційних операцій, але й погіршує матеріальне становище та створює передумови для поглиблення матеріального розшарування населення.

Перелік посилань

1. Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством (заключний звіт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://sau.in.ua/app/uploads/2019/07/ZVIT_SOCZIALNI-NERIVNOSTI_2018_.pdf.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Бойко В. О., здобувач вищої освіти 4 курсу, група МР-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», ivetal670@gmail.com
Науковий керівник: Рябов І. Б., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», riaboff@ukr.net

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УМОВИ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Стабільний розвиток української економічної системи неможливий без урахування деяких змін у малому секторі економіки. Сьогодні існує декілька соціально-економічних проблем, з якими стикається наша держава: наповнення ринку товарами та послугами, які хочуть бачити споживачі, створення нових робочих місць, створення ефективного конкурентного середовища, наповнення бюджету та стабільний економічний розвиток. Досвід більшості розвинених країн світу переконливо доводить необхідність існування та забезпечення ефективної діяльності малого бізнесу.

Усі малі та середні підприємства можна розділити на дві групи. Перша група - це підприємство, яке прямо чи опосередковано відноситься до великого бізнесу. Залишаючись юридично незалежними, вони працюють за контрактом з великими підприємствами. Підприємства малого бізнесу перебувають на новому етапі науково-технічного прогресу, з одного боку, як експериментатори для великих фірм, а з іншого - як фірми, що обслуговують нові продукти, створені великими підприємствами.

До другої групи належать малі підприємства, які безпосередньо конкурують з великим і середнім бізнесом та між собою на ринку. Передумовами розвитку цієї групи компаній є: здатність швидко реагувати на запити ринку та задовольняти попит на товари та послуги, що виникає; значно менший стартовий капітал, що дозволяє їй більш вільно маневрувати, ніж її потужніші конкуренти [1].

У 2019 році в Україні налічувалося понад 362328 суб'єктів малого бізнесу, незважаючи на тенденцію до зменшення порівняно з 2018 роком.

За підсумками 2019 року обсяг реалізації (товарів, послуг) суб'єктів малого та середнього бізнесу склав 25,6 % від загального обсягу.

Дуже важливим для дослідження малого бізнесу є проведення SWOT-аналізу. Визначення факторів, що характеризують внутрішні сильні та слабкі сторони цього бізнесу, а також зовнішні можливості та загрози його стійкості, є важливим з точки зору розробки обґрунтованих стратегій розвитку малого бізнесу під час 4-ї промислової революції.

Спілка українських підприємців (СМУ) провела дослідження настроїв малого та середнього бізнесу [3]. Згідно з опитуванням, 67 % малих і в Україні розширилися в 2019 році, незважаючи на продовження кризи в економіці країни.

Серед інших факторів істотною перешкодою для розширення та вдосконалення діяльності малих підприємств залишається недостатня фінансова спроможність. Проблеми з відсутністю фінансування для розвитку бізнесу актуальні для 44% малого та середнього бізнесу. Це також найпоширеніша проблема, яка стримує вихід підприємств на зовнішні ринки (26% респондентів) [4].

Наявність кредитів є важливою умовою достатності фінансування підприємництва, особливо ця проблема актуальна для малого бізнесу. Підприємцям, які працюють у малому бізнесі, важко надати банкам певні гарантії, у несприятливих умовах вони ризикують власним майном, а відсотки за кредитом можуть стати непосильним тягарем для ефективного ведення бізнесу.

Національний банк України оприлюднив дані звіту «Опитування умов кредитування» за результатами опитування кредитних менеджерів 65 банків України, формування якого було спрямоване на поглиблення розуміння стану та тенденцій. У 4 кварталі 2017 року частка дозволів банків помітно зросли кредити малим підприємствам [2]. На думку респондентів, головною причиною цього є зниження кредитних ставок.

За результатами опитування 33% середніх і 36% малих підприємств страждають від дефіциту оборотних коштів. А на обмежені можливості отримання кредитів скаржаться 14,8% малих і 17,7% середніх підприємств. Високі ставки (67% малих і 65% середніх підприємств) є основним фактором, що спонукає компанії відмовлятися від банківського кредитування. Другою за поширеністю причиною є надмірне витребування застави (40% малих і 39% середніх підприємств) [2].

Одним із варіантів вирішення проблеми витрат і ресурсів є отримання фінансування в рамках міжнародних донорських програм. Малі та середні підприємства підтримують такі програми, як Німецько-український фонд, Європейський банк реконструкції та розвитку, Європейський інвестиційний банк, Європейський фонд для Південно-Східної Європи та інші.

На основі всіх вищенаведених результатів дослідження було визначено потенційні сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози для розвитку малого бізнесу в Україні в контексті розгортання 4-ї промислової революції за допомогою SWOT-аналізу:

1) Потенційні сильні сторони: здатність швидко реагувати на вимоги ринку та задовольняти попит на товари та послуги; диференціація та індивідуалізація попиту, задоволення особливих потреб користувачів; менші початкові інвестиції; можливість перерозподілу ресурсів; гнучкість виробництва, що сприяє його швидкому перепрофілюванню, заміні моделі, оновленню виробництва; нижчі витрати виробництва; спеціалізація на виробництві обмеженого асортименту продукції.

2) Можливі слабкості: недостатня кваліфікація працівників; проблеми з ліквідністю; відсутність оборотних коштів; застарілі технології; недостатня кількість товарів/матеріалів; недостатні фінансові ресурси; відсутність можливості залучення інвестиційного капіталу; низький рівень інноваційного потенціалу.

3) Потенційні зовнішні можливості: створення нових робочих місць; створення ефективного конкурентного середовища; наповнення бюджету та стабільний економічний розвиток; обслуговування нових продуктів, створених великими підприємствами; державна підтримка та фінансування створення регіональних та місцевих інвестиційно-інноваційних кластерів.

4) Потенційні зовнішні загрози: низький попит; нестабільна політична ситуація; високі ставки податків; інфляція; корупція; війна на сході України; низька доступність кредитів; високі ставки за кредитами; неефективність уряду; обмеження трудового законодавства.

Перелік посилань

1. Дикань В. Л., Шраменко О. В. Стратегічні орієнтири державного регулювання суб'єктів малого та середнього бізнесу. Стратегічні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств у цифровому економічному просторі: колективна монографія під ред. д.е.н., проф. Ареф'євої О.В. М: ФОП Маслаков, 2019. С. 47-55.

2. Маркович І. Б., Струтинська І. В. Передумови та особливості зміни вимог до характеру ведення бізнесу в епоху цифровізації світової економіки. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 41. С. 105-109.

3. Мірошник Р. О., Прокоп'єва У. О. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні: проблеми і перспективи. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія Проблеми економіки та управління. 2020. Т.4. № 1. С. 63-71

4. Чуприна Л. В., Юзовицька С. А. Світовий досвід розвитку малого підприємництва та його використання в Україні. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/41.pdf.

Гакалець А. А., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ,
alenska.gakalets@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ НА СКЛАДІ

Своєчасне та правильне оформлення інвентаризації активів, капіталу та зобов'язань підприємства має важливе значення при вирішенні питань щодо відшкодування збитків, списання недостач, оприбуткування надлишків.

Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення інвентаризації товарно-матеріальних цінностей, що проводиться на підприємстві.

По закінченні інвентаризації складаються наступні документи: інвентаризаційний опис, порівняльна відомість (при наявності відхилень від даних обліку), розрахунок природних втрат (при потребі), розрахунок по зарахуванню пересортування (при потребі), пояснення матеріально відповідальної особи за фактами нестач, лишків, псування, пересортування тощо, розрахунок матеріальної шкоди (при наявності нестачі) [1, с. 426]. Зразок заповнення документа, що складається на підставі інвентаризаційного опису, при інвентаризації товарно-матеріальних цінностей, розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення документа

Інвентаризація товарів на складі № 10 від 15 жовтня 2021 р.

Організація: ПП «Любов»,

Юр. адреса 11111, Житомирська область, м. Житомир, вул. Вітрука, буд. 45,
тел. 0412-33-33-38

Код за ЄДРПОУ 12345678, ІПН 123456711111, № свід. 100102101

Склад: ПП «Любов» (канцелярія)

№	Код	Товар	К-ть факт	К-ть ІС	Од.	Ціна	Сума факт	Сума ІС	Різниця	
									К-ть	Сума
1	426	Олівець графітовий НВ ВМ 85	24	26	шт.	2,90	69,60	75,40	-2	-5,80
Разом:							69,60	75,40	-2	-5,80

Всього найменувань 1 на суму фактично 69,60 грн.

Шістдесят дев'ять грн. 60 коп.

Голова комісії Директор Овсієнко Олег Петрович

Члени комісії Адміністратор Петренко Іван Сергійович

Головний бухгалтер Коваленко Олена Петрівна

Джерело: складено автором.

Як видно з наведених в таблиці 1 показників, при інвентаризації виявлено недостачу товарів в кількості 2 одиниць на суму 5 грн. 80 коп.

Результати проведеної перевірки фактичної наявності майна використовуються для прийняття відповідних рішень власниками підприємства, керівниками підрозділів та служб.

Перелік посилань:

1. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік : навч. посіб. Київ : Знання, 2015. 647 с.

Герасімчук М. О., студентка 1 курсу, група ММР-211

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Науковий керівник: Полковниченко С. О., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»,

e-mail: mashaherasimchuk@gmail.com

INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES

Marketing communications is the main tool for developing and maintaining brand positions, since it is through their use that a profound effect on consumer awareness and behavior is ensured. That is why it is important to use approaches to improve and enhance the quality of marketing communications.

Development and implementation of marketing innovations in market conditions is the only way to increase competitiveness and maintain high growth rates of organizations and their brands. Marketing innovations are focused on better satisfaction of customer needs and access to new markets for increasing sales, which is the key to the successful development of the organization.

Today, in addition to the classic advertising methods of influencing the end consumer, there are methods with innovative technologies. They have appeared relatively recently, but have already widespread among manufacturers and with great contraction of the target group. Innovative advertising is based on the use of authoritative technical support, the latest computer technology and non-standard ways of presenting information in promotions.

New technologies have significantly influenced the development of communication, which in turn influenced marketing methods. Among the technological achievements of the 21st century, most of the changes in marketing have led to such a win, as the Internet. Although Internet technology was widespread in the late 1980s, only in our century we can see the emergence of new marketing methods, based on Internet technology.

Among the modern methods of Internet marketing, which are used by the company: SMM, SEO, media advertising.

SMM (social media marketing) is a method of marketing that specializes in using of social media for the sale of products, image enhancement, communication and understanding the needs of the target audience. The use of social networks is particularly widespread in the last 5 years, which has led to the use of this platform, as a marketing method of promotion the products of the company. Such advertising has significant advantages for enterprises: relatively cheap, the effectiveness of advertising can be assessed using of specific indicators, influences a clear market segment [3].

Most companies, firms, and businesses moved to the Internet at the beginning of the Covid-19 pandemic, since everyone who did not sell their services or goods in social networks lost their profits. The only solution was to go to the Internet and learn how to sell there, because without SMM it is difficult to compete in the market.

SEO (search engine optimization) - a method of marketing that optimizes and adjusts the issuance of information about the company on the Internet for marketing products is becoming increasingly important as a tool to promote the company on the Internet and a way to increase product sales. From the perspective of the enterprise SEO - this is one of the relatively cheap methods of advertising the results can be clearly defined, but on the other hand SEO does not provide a stable sales channels without the additional involvement of other marketing methods. Besides this, the emergence of SEO caused a growth in demand for professionals with knowledge of the basics of programming [3].

Media advertising is the use of websites, as the backdrops for the spread of information about the company and its services or products. There are many types of media advertising, but for the

company is more important the following main characteristics: clear indicators of profitability of such advertising and accessibility in the price, even for small businesses [3].

Broad prospects for the development of your business today for the new generation of advertising. One of the most promising types of such advertising is video advertising in crowded places. This is the so-called InDoor TV technology. Experts claim that more than 90% of potential buyers pay attention to it [2].

In recent years, this advertising technology has significantly improved and new X3D video technology has appeared. Now the consumer's attention is attracted not by the flat, but by the three-dimensional image, which contains advertising information. Now the picture is easily goes beyond the screen, then just as easily return back, leaving an unforgettable impression in the minds of people passing by. Moreover, its main advantage, in contrast to the simple 3D technology is the perception of three-dimensional images without the use of additional devices, such as special helmets or stereo glasses. Using this technology to demonstrate videos is a great opportunity to make an effective and unforgettable impact on the consumer, because creativity is important at every stage of advertising communication - from the idea to its visual implementation [2].

Without giving up on what has been achieved, the experts in the field of advertising technology went further, impressing advertisers with the Ground FX technology. This is a modern interactive projection, developed by GestureTek, which allows consumers to not just follow the storyline, but also participate in it. With the help of special technical installations, the three-dimensional image is projected on a flat surface. It is impossible to pass through unnoticed: the system will react instantly to the slightest movement. Manufacturers and large shopping centers in Europe, America, Russia and some CIS countries for BTL- promotions, as well as to increase the flow of customers and provide more frequent visits to events use today this type of advertising due to its high efficiency more and more often. Various events, exhibitions, fairs, presentations of products - all these areas in which advertising technology is actively used Ground FX [2].

The peculiarity of marketing communication policy is that it causes communication between enterprises and consumers. The most important conditions for effective marketing communication are [1]:

- speed of response to "signals" from the environment;
- coordination of interests of the company and its contact audiences.

The success of companies in the highly competitive market environment in many cases is achieved due to the correctly selected set of marketing communication tools, their time and space integration, i.e. due to the optimal optimization of an effective media plan. SMM, SEO, media advertising, new technology InDoor - not the least part of the innovative marketing tools that will help you better understand your customers and consumers, potential buyers and increase revenues.

Перелік посилань

1. Войнаренко С. М. Інноваційні маркетингові технології як напрям підвищення ефективності комунікацій. *Економіка: реалії часу*. 2013. №5(10). С. 70-74. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2013/No5/70-74.pdf> (Дата звернення 14.11.21)

2. Волкович А. Р, Яцишина Л. К. Інноваційні технології в системі маркетингових комунікацій. *Ефективна економіка*. 2014. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2839> (Дата звернення 14.11.21)

3. Тульчинська С. О., Сегеда Є. І. Нові технології та їх вплив на сучасні методи маркетингу, що застосовуються на підприємстві. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2015. Випуск 16. С 98- 102.

Дзюблик Ю. Ю., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ,
kotova06341@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

ВІДХИЛЕННЯ ПРИ ПРИЙМАННІ ТОВАРУ

В господарській діяльності торговельних підприємств бувають ситуації, коли виникають відхилення щодо кількості та якості отриманих товарів.

Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення недостач та втрат товарів виявлених при прийманні.

Незатарені товари приймають за кількістю на момент їх отримання. Товари, які надходять у тарі, приймають за масою бруто і кількістю місць, а за масою нетто і кількістю одиниць приймають одночасно з розкриттям тари, але не пізніше ніж 10 днів (за товарами, які швидко псуються, - 24 години) з моменту отримання товарів. Коли при прийманні продукції було виявлено нестачу проти даних, зазначених у транспортних і супровідних документах, то результати приймання за кількістю оформляють актом, який складають того ж дня, коли таку нестачу виявлено [1, с. 85].

Розглянемо особливості оформлення акту про псування, бій товару, що виписується постачальником разом з видатковою накладною. Якщо при прийманні товарів відхилень не виявлено, то акт не заповнюють. У випадку розбіжностей представник покупця робить відповідні записи. Зразок заповнення акту наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення акту

АКТ № 3

по факту псування, бою, недовкладання, пересортиці товару до накладної № 3 від 10 січня 2021 р.

Комісія у складі:

Представник фірми Лис К. Л. Представник покупця Вовк А. Г.

Склали акт про те, що в результаті приймання товару виявили наступні розбіжності:

№ п/п	Найменування	К-сть товару по накладній	Од.	К-сть прийнятого товару	К-сть не прийнятого товару	Ціна з ПДВ	Причина
1	Сметана п/е, 10%, 350 г / ТМ РадиМо/	10	шт.		10	27,00	Ціна не відповідає замовленню

Вовк МП

Підпис представника покупця

Лис МП

Підпис представника фірми

Джерело: складено автором.

Своєчасне та правильне документальне оформлення фактів недостач товарів, виявлених під час приймання, сприяє своєчасному пред'явленню претензій до постачальників та перевізників.

Перелік посилань

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Дмитрук І. Я., студентка 5 курсу, групи ФІК-52М

Волинський національний університет імені Лесі Українки, ira_dmutryk17@ukr.net

Науковий керівник: Тоцька О. Л., д-р екон. наук, доцент, професор кафедри фінансів

Волинський національний університет імені Лесі Українки, o_totska@meta.ua

РОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИРОБНИЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних умовах господарювання під впливом глобалізації соціально-економічних процесів і цифрової епохи дедалі більшого значення в управлінні підприємством набуває використання інформаційних технологій.

Інформаційні технології (ІТ) розглядають як систему методів, процесів і способів використання обчислювальної техніки та систем зв'язку для створення, збору, передачі, пошуку, оброблення й поширення інформації з метою ефективної організації діяльності людей [1]. Основними причинами, які зумовлюють необхідність використання сучасних ІТ на підприємствах, є: погіршення економічних показників господарської діяльності; використання застарілих ІТ, що не задовольняють менеджмент підприємства; відсутність ІТ для здійснення ефективного обліку й аналізу [2].

Використання сучасних програмних продуктів забезпечує ефективну діяльність будь-якого підприємства та зростання його конкурентоспроможності. Основні переваги використання ІТ в управлінні господарською діяльністю відображені на рис. 1.

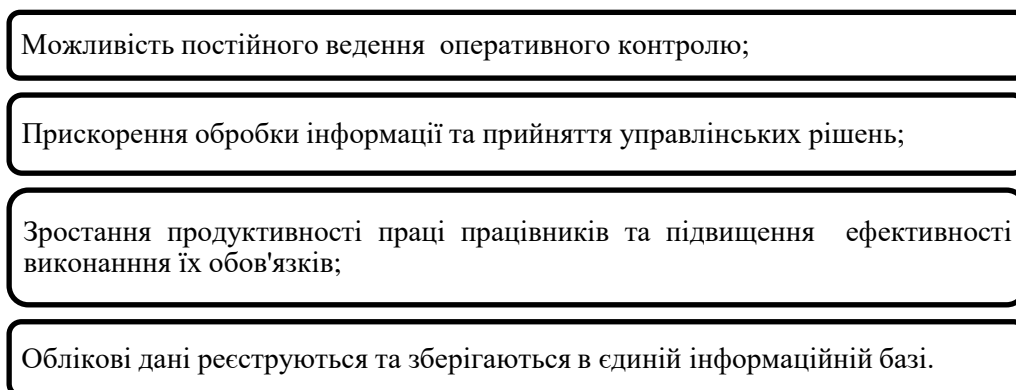


Рис. 1. Переваги запровадження ІТ у виробничій діяльності

*систематизовано автором на основі [3].

Запровадження ІТ у виробничу діяльність дозволить здійснювати безперервний облік і контроль ресурсів на підприємстві, оперативну підготовку аналітичних документів, прогнозування показників діяльності підприємства, а також підвищення ефективності прийняття управлінських рішень. Відповідно до цього, застосування ІТ у господарській діяльності допоможе не лише налагодити внутрішні процеси на підприємстві за рахунок використання прогресивних технологій, а й сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності та збереженню конкурентних переваг у майбутньому.

Перелік посилань

1. Інформаційні технології. URL: <https://pidru4niki.com/>
2. Янчук, Т. В. Значення механізму впровадження інформаційних технологій у господарській діяльності підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4. С. 269–276.
3. Маркова Т. Д., Пчелянська Г. Б. Особливості використання інформаційних систем та технологій в системі обліку та контролю. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Т. 8. Вип. 3. С. 40–43.

Дубравський В. В., здобувач освіти
 ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ,
 vladdubravskiy@gmail.com
Науковий керівник: Протасов В. В., викладач
 ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
 protasov.v@ukr.net

МЕНЮ ІДАЛЬНІ ГІМНАЗІЇ

Серед багатьох закладів освіти важливе місце займають спеціалізовані гімназії, де навчаються обдаровані діти - майбутнє нашої держави.

Метою роботи є розгляд особливостей визначення собівартості страв в їдальні гімназії.

У разі вибору способу організації харчування шляхом приготування та реалізації готових страв закладом освіти, закладом оздоровлення та відпочинку самостійно складення щоденного меню-розкладу здійснюється медичним працівником відповідного закладу разом із завідувачем виробництва/кухарем їдальні (харчоблоку) та підписується керівником відповідного закладу [1]. Розглянемо особливості калькулювання собівартості страв на прикладі роботи їдальні гімназії. Відмінною рисою документа є визначення кількості продуктів, необхідних на день, тому не складають меню-вимогу. Приклад складання меню, наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення меню гімназії

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор гімназії _____
 Меню на 01 квітня 202__ р.

Кількість дітей 188

Вартість обіду 7,35

Найменування продуктів	Суп	Гарнір	Гуляш	Капуста туш.	Хліб	Компот	К-ть	Ціна
Картопля	0,040						7520	---
Морква	0,010		0,006	0,006			4136	0,36
Цибуля	0,010		0,006	0,006			4136	0,18
Рис	0,005						940	0,10
Олія	0,005	0,002	0,002	0,001			1880	0,43
Крупа вівсяна		0,016					3008	0,32
М'ясо свіже			0,035				6580	3,65
Борошно			0,005				940	0,05
Капуста				0,050			9400	0,57
Хліб					0,057		10800	1,05
Сухофрукти						0,008	1504	0,32
Цукор						0,015	2820	0,88
Сіль	0,002	0,002	0,002	0,001			1316	0,04
Кухар								

Джерело: Складено автором.

Подібний документ може бути використаний і в інших закладах освіти. Достовірне визначення вартості харчування має велике значення для формування доходів гімназії.

Перелік посилань

1. Про затвердження норм та порядку організації харчування у закладах освіти та дитячих закладах оздоровлення та відпочинку: Постанова КМУ від 24.03.2021 № 305. Дата оновлення: 01.09.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 08.12.2021).

Єзерська У. М., студентка 3 курсу
Львівський національний університет ім. І. Франка, ylana779@gmail.com
Татарин Н. Б., канд. екон. наук, доцент
Львівський національний університет ім. І. Франка, natalytataryn@ukr.net

БЮДЖЕТНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СИСТЕМОЮ КРАЇНИ

Відповідно до Конституції України, бюджетна система України будується на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами. В основі такого розподілу лежить економічно обґрунтоване планування напрямів та обсягів використання фінансових ресурсів держави та місцевих органів самоврядування.

Бюджетне планування є важливим елементом системи управління бюджетом, який дозволяє визначити обсяг, джерела та напрямки використання бюджетних коштів відповідно до пріоритетних напрямків бюджетної політики держави.

Зараз переважна більшість розвинутих країн вже давно відмовилася від політики кон'юнктурного управління бюджетом, сформувавши власні ефективні системи вироблення пріоритетів використання публічних коштів. В основі таких систем лежать професійне бюджетне прогнозування та жорстке середньострокове бюджетне планування, тісно інтегроване у загальнодержавне планування [1].

Середньострокове бюджетне планування – це формування головними розпорядниками бюджетних коштів плану своєї діяльності на середньостроковий період, визначення обсягів необхідних коштів для досягнення поставлених цілей у середньостроковій перспективі.

Середньострокове планування є інструментом розв'язання таких важливих проблем як: досягнення вищого рівня стабільності і передбачуваності економічної ситуації в країні підвищення ефективності бюджетного процесу та фінансової дисципліни; посилення прозорості та ефективності витрачання бюджетних коштів; сприяння розвитку інноваційного потенціалу та інвестиційної привабливості країни в цілому та регіонів [2].

Процес планування бюджету та його узгодження з макроекономічними показниками розвитку країни проходить три самостійних етапи.

На I етапі здійснюється формування бюджетної політики та планування основних показників у розрізі державного і місцевих бюджетів: визначаються основні напрями та способи мобілізації грошових коштів до бюджету, розглядаються і пропонуються зміни в податковій політиці, а також пов'язані з цим ризики, вишукуються можливості для фінансової ув'язки прогнозованих доходів і витрат держави на наступний рік. При цьому розробляються так звані «сценарії» розвитку економіки, на підставі яких здійснюється формування проекту бюджету на наступний рік:

– базовий або консервативний сценарій передбачає продовження існуючої податкової і бюджетної політики без суттєвих змін, він є найменш ризикованим із погляду проведення будь-яких змін у фіскальній політиці, що дозволяє досягти збалансованості бюджетних показників у найменш ризикований спосіб;

– цільовий сценарій передбачає планування певних змін у податковій та бюджетній політиці, очікуються дещо інші результати на відміну від базового, тут враховуються ризики, пов'язані зі змінами в такій політиці, водночас відбувається сприяння проведенню реформ;

– оптимістичний сценарій, при врахуванні у бюджетних розрахунках очікуються високі результати від запропонованих змін. Ці зміни в основному пов'язані з підвищенням ефективності бюджетної політики та значним поліпшенням індикаторів економічного розвитку країни (регіону).

На II етапі Міністерство фінансів України розробляє попередні показники державного бюджету. Показники, що стосуються видатків, опрацьовуються головними розпорядниками бюджетних коштів з метою їх розподілу за бюджетними програмами та оформлення бюджетних запитів. Також здійснюється уточнення бюджетних запитів головних розпорядників бюджетних коштів, узгодження всіх суперечливих позицій з метою

збалансування бюджету, зведення заявлених головними розпорядниками потреб бюджетних коштів для проведення видатків з наявними ресурсами бюджету.

На III етапі у Міністерстві фінансів України за участю представників інших центральних органів виконавчої влади відбувається остаточне узгодження і збалансування показників доходів і видатків державного бюджету, місцевих бюджетів, визначаються обсяги міжбюджетних трансфертів на плановий рік [3].

Загалом розробка бюджетних прогнозів та планів – процес досить складний, який передбачає використання різних методів планування, а саме:

— нормативний метод: за основу беруть нормативи, які регламентують види надходжень і видатків, надає змогу виявити бюджетні резерви;

— метод коефіцієнтів (або екстраполяції): за основу беруть показники минулого періоду, які коригуються з урахуванням відповідних коефіцієнтів, які відображають очікувані зміни в плановому періоді;

— балансовий метод: допомагає досягти узгодженості між джерелами надходжень і напрямками видатків за видами й регіонами, встановлює взаємозв'язок із загальною величиною фінансових ресурсів у державі по міністерствах, відомствах, регіонах і відповідними потребами, які можуть бути забезпечені;

— програмно-цільовий: використовується при фінансуванні окремих державних програм економічного й соціального розвитку та надає змогу виявити джерела покриття і визначити ефективність цих програм [4].

Отже, як один з важливих інструментів організації управління економікою бюджетне планування акумулює сукупність взаємовідносин у сфері бюджету, які включають визначення основних напрямів та пріоритетів бюджетно-податкової політики, прогнозування і планування бюджетних показників, формування доходів бюджету, використання бюджетних коштів, здійснення контролю за виконанням бюджету для досягнення тактичних і стратегічних цілей. Обґрунтоване планування бюджету створить передумови для прискореного економічного зростання на інноваційній основі та підвищення життєвого рівня населення.

Перелік посилань

1. Овчаренко Т. Модель фінансового менеджменту в умовах переходу до середньострокового бюджетного планування у територіальній громаді: посібник. [Електронний ресурс] / Т. Овчаренко – Київ, 2020 р. – Режим доступу: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/702/Financial_Management_Model.pdf.

2. Запровадження цілісного середньострокового планування бюджету ОТГ: посібник. [Електронний ресурс] / т. Овчаренко [та ін.]. – Київ, 2020. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file.pdf>.

3. Дем'яшин В. Г. Бюджетний менеджмент: підручник [Електронний ресурс] / В. Г. Дем'янишина, Г. Б. Погрішук. – Тернопіль: Крок, 2015. – 522 с. – Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream.pdf>.

4. Бази́ка С. К. Бюджетне планування як інструмент фінансового стратегічного управління. [Електронний ресурс] // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – №18. – Режим доступу: http://investplan.com.ua/pdf/18_2018/23.pdf.

**Жданова Л., аспірант,
ВУЗФ, м. Софія (Болгарія)**

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ ВИНОРІБСТВА УКРАЇНИ

Наша країна має тривалу історію виноробства та займає двадцяте місце у світі за виноробним потенціалом. Низка економічних криз початку XXI століття спровокувала порушення відтворювального процесу у виноградарстві, а її негативний вплив на можливості розвитку галузі, зниження інноваційно-інвестиційної її активності. На цьому фоні відбувалося «стиснення» виноградно-виноробного комплексу, що спричинило за собою фінансові

труднощі та переорієнтацію товаровиробників на вирішення проблем «виживання». Однією з причин був і залишається серйозний застій у галузі, викликаний практичною деморалізацією невеликих виноробів, які у розвинених країнах виступають драйверами розвитку, впровадження нових технологій, сміливих експериментів тощо. Нині в Україні налічується лише кілька десятків малих виробництв виноробної продукції, тоді як у Франції їх близько 27 тисяч, в Іспанії – 14 тисяч. Це говорить про те, що існуюча державна політика не створила умов розвитку малого виноробного бізнесу в нашій країні [1].

Відповідно до оприлюднених статистичних даних, виробництво вина минулого року в нашій країні впало до 5,7 млн декалітрів, що вдвічі менше, ніж у 2019 році. Хоча в попередніх роках цей показник перевищував 15 млн дол. Критично скоротилися площі під виноградниками за часи незалежності України: якщо у 90-х роках на території країни налічувалося 176 тис. га, то у 2020 році їх площа становила близько 42 тис. га.

Величезним лихом стала російська анексія Криму, де залишилося більше третини українських виноградників. Але й на материку площі під цією культурою за останні п'ять років скоротилися майже на чотири тисячі гектарів. У Криму залишилися багато відомих заводів, таких як концерн «Масандра», завод шампанських вин «Новий світ», завод «Золота балка», «Інкерманський завод марочних вин», Севастопольський винзавод та ін. У зв'язку з пандемічними кризовими явищами галузь функціонує нестабільно. Зафіксована тенденція до зростання імпорту. Так, минулого року Україна встановила абсолютний рекорд імпорту вин, закупивши за кордоном продукції на суму близько 180 млн дол. США. Вина та виноматеріалів з Італії було поставлено 33 %, з Франції - 15 %, з Грузії – 14 % [1].

Все це зумовлює необхідність впровадження інновацій, найкращих світових практик, бенчмаркінгу у вітчизняне виробництво; презентації вітчизняної винопродукції та створення разом із цим комплексного продукту – унікальних винних турів у місця вирощування винограду та виготовлення вина – від лози до вина на полиці магазину; прояви асортиментної та цінової гнучкості з боку виробників, застосування активної маркетингової та інформаційної стратегії у завоюванні конкурентних позицій на ринку.

У публікаціях автора неодноразово наголошується на стратегічному значенні галузі, що актуалізує активне залучення дієвих інструментів інноваційного розвитку виноградарства України. Так, продукція, яку виробляють виноградно-виноробні підприємства, забезпечує значні надходження до бюджетів різних рівнів: виноградник площею 100 га забезпечує надходження до бюджету у розмірі понад 50 тис. грн. та створює понад 40 робочих місць. Зазначимо, що жодна інша сільськогосподарська культура не може конкурувати за даними показниками та дати подібний ефект [2].

Бенчмаркінгом використання інноваційних інструментів та технологій розвитку вітчизняної галузі при дефіциті бюджетних ресурсів може бути використання досвіду країн-сусідів - Молдови та Грузії. Слід особливо наголосити, що в даному випадку насамперед використовується інформаційна компонента активного просування бренду вітчизняного вина та виноробної продукції з метою підвищення впізнаваності продукту на традиційних та потенційних зовнішніх ринках збуту винограду.

Так, наприклад, у Молдові створене Національне бюро винограду та вина при Міністерстві сільського господарства, регіонального розвитку довкілля. Діяльність цього бюро фінансується з Фонду винограду та вина. Джерела коштів Фонду формуються за рахунок обов'язкових внесків виробників виноградно-виноробної продукції, а також коштів, що виділяються з державного бюджету та ін. Підтримка здійснюється у вигляді компенсації витрат на участь та організацію виставок, ярмарків, конкурсів агропродовольчого профілю, а також витрат на реєстрацію продукції із захищеною географічною вказівкою, найменуванням місця походження товару та гарантованою якістю. Сума державної підтримки становить до 50% від величини витрат [3].

Експортна політика Грузії передбачає підтримку експорту у формі сприяння участі експортерів у міжнародних виставках та місіях торгових делегацій. Через Агентство «Enterprise Georgia» Міністерство економіки реалізує комплекс заходів щодо використання

бюджетних ресурсів задля розвитку експорту, а саме: забезпечує доступ до інформації про грузинські експортно-орієнтовані компанії, що працюють у різних галузях; надає консалтингові послуги у галузі торгівлі; організовує торговельні місії; веде календар виставок по всьому світу та надає бюджетну підтримку грузинським виробникам для участі у цих заходах; бере участь у підготовці секторальних досліджень з акцентом на експортний потенціал продуктів з високою доданою вартістю. Окрім цього, у Грузії успішно функціонує Національне агентство з виноробства, яке є державною установою при Міністерстві сільського господарства та Асоціація «Грузинське вино». Реалізується «Програма популяризації грузинських винних товарів та виноробства». Розмір фінансування цієї програми з 2016 року з бюджету Міністерства сільського господарства становить 1,9 млн. дол. США. За рахунок цієї програми грузинські компанії беруть участь у різних міжнародних виставках та міжнародних винних конференціях. Поширюється інформація про винні тури в Грузії і покривається частина витрат організаторів. Окрім цього, було виділено фінансування на проведення генетичного дослідження грузинського винограду, публікації якого були представлені грузинським та міжнародним організаціям [3].

Таким чином, ситуація, що склалася в Україні з урахуванням обмеженістю ресурсних можливостей з одного боку і наявністю перспектив розвитку з іншого, вимагає пошуку шляхів подальшого розвитку виноградарства і виноробства із застосуванням інноваційного підходу до вирішення існуючих проблем у галузі. Україна може використати наявний потенціал у виноробній галузі з просування національного бренду – як мінімум в інформаційній сфері, а наші вина за якістю цілком зможуть конкурувати із закордонними за ціновими та якісними показниками.

Перелік посилань

1. Нагорная А. (Не)винный край: сможет ли украинское вино покорить мир. [Text] URL: <https://www.unian.net/economics/agro/ne-vinnyy-kray-smozhet-li-ukrainskoe-vino-pokorit-mir-novosti-11392798.html>
2. Мільчева В.В. Розвиток інноваційної діяльності виноробних підприємств в умовах економічної нестабільності [Text] URL: <https://www.onaft.edu.ua/download/dissertation/phd/Disser/2021/Disser-PhD-Milcheva.pdf>.
3. Экспортный потенциал узбекских виноградарников [Text] URL: <https://review.uz/post/eksportniyy-potentsial-uzbekskix-vinogradnikov>.

Кабрусь М. В., здобувачка вищої освіти 4 курсу, групи ОА-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», marina.kabrus2001@ukr.net
Науковий керівник: Гнедіна К. В., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», gkv2015oa@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасні умови вимагають від системи управління підприємством забезпечення економічної самостійності, конкурентоспроможності та стійкої позиції на ринку. Цього неможливо досягти без ефективного функціонування системи управлінського обліку, яка дозволить ефективно використовувати облікову інформацію та приймати стратегічні управлінські рішення. Дослідженням проблем впровадження та ведення управлінського обліку на підприємстві займалися такі вітчизняні науковці: Кузнецова С.О., Котелевська А.П., Вента Н.С., Щербина В.В., Полтавська В.В., Сакун А.Ж., Пристемський О.С., Бойченко М.В., Максимчук І.А., Метіль Т.К. та інші.

У економічній літературі наявні різні підходи до трактування поняття «управлінський облік» (таблиця 1).

Таблиця 1 – Підходи до трактування категорії «управлінський облік»

Автори	Сутність поняття
Сақун А.Ж., Пристемський О.С.	Управлінський облік – це передусім система збору та аналізу інформації про діяльність підприємства, яка повно й об'єктивно відображає результати його господарських операцій і орієнтована на потреби керівництва та власників компанії [1].
Бойченко М. В.	Управлінський облік – це система збору та аналізу даних про фінансово-господарську діяльність підприємства, орієнтована на потреби вищого керівництва і власників [2].
Буднік І.	Управлінський облік – процес, який, прибавляючи цінність, безперервно вдосконалює планування, проектування, вимірювання і функціонування систем фінансової і нефінансової інформації, який направляє дії менеджменту, мотивує поведінку, підтримує і створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей підприємства [3].
Щербина В. В.	Управлінський облік – це синтез методів і принципів обліку витрат, калькулювання собівартості, а також прогнозування, планування (бюджетування), аналізу і контролю [4].

Джерело: [1-4].

Досвід підприємств України свідчить, що практичне застосування управлінського обліку, на жаль, ще не набуло належного поширення у зв'язку з невирішеним колом проблем. Побудова системи управлінського обліку на підприємствах ґрунтується на створенні набору формалізованих процедур для отримання інформації менеджерами і керівниками всіх рівнів як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел [1].

Ключовою проблемою, яка може стати на заваді впровадженню управлінського обліку на підприємстві є відсутність методичних і практичних рекомендацій до його ведення. Управлінський облік не обмежений у виборі методів та правил. Їх розробляє кожне підприємство з урахуванням різних параметрів та чинників [2]. Ще однією не менш важливою проблемою є складність підбору фахівців та оцінка їх кваліфікації, оскільки саме вони відповідальні за організацію та ведення управлінського обліку на підприємстві.

Впровадження управлінського обліку на підприємстві передбачає:

- Чітко розрізняти функції управлінського обліку та виконавців;
- Формувати інформацію про витрати підприємства, дохід, продукцію та результати підприємницької діяльності;
- Контролювати виконання управлінських рішень.

Невирішеність проблем фактичного впровадження та функціонування системи управлінського обліку призводить до неефективного і необґрунтованого використання ресурсів підприємства, тим самим можна викликати появу необґрунтованих витрат.

Організація управлінського обліку на підприємстві складається з трьох етапів: методологічного; технічного; організаційного [5].

Перший етап полягає у виборі моделі управлінського обліку згідно з його метою, визначається об'єкт та метод, за яким обліковуються витрати та визначаються елементи обліку, які можуть бути використані для формування інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень. Другий етап полягає у виборі складу реєстрів аналітичного обліку, форм внутрішньої звітності та обирається напрямок руху інформації в межах підприємства. Третій етап полягає у розподілі обов'язків серед працівників в системі управлінського обліку.

Отже, управлінський облік – ефективний інструмент, необхідний для забезпечення конкурентних переваг підприємства. Важливим чинником для впровадження системи управлінського обліку є успішний досвід підприємств, на яких він вже впроваджений. Впроваджуючи систему управлінського обліку на підприємстві, необхідно враховувати специфіку, обсяги діяльності, наявність ресурсів та потенційні ризики.

Перелік посилань

1. Сақун А. Ж., Пристемський О. С. Роль управлінського обліку в інформаційному забезпеченні бізнес-процесів підприємств. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2020. Т. 25. Вип. 1(80). С. 218-222. URL: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-37>.

2. Бойченко М. В. Управлінський облік: сутність та організація. Полтавська державна аграрна академія. URL: <https://cutt.ly/mYkjuBN>.

3. Буднік Інна. Проблеми організації управлінського обліку на підприємствах. URL: http://kafstat.at.ua/konferens2/budnik_tezi.pdf.

4. Щербина В. В. Проблеми впровадження управлінського обліку в Україні. «Актуальні питання сучасної економічної науки»: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. URL: <https://cutt.ly/5YkuqYw>.

5. Полтавська В. В. Сутність управлінського обліку та його місце в інформаційній системі підприємства. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/13738/1/37.pdf>.

Ковтун С. М., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
skovtun@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

СПИСАННЯ ТОВАРІВ

У діяльності продавців часом буває, що товар втрачає свої споживчі якості і стає неліквідним. Причини можуть бути різними: від невідповідності якості товару заявленій виробником до порушень умов його зберігання.

Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення списання товарів в зв'язку з закінченням терміну реалізації, псуванням тощо.

Відповідно до стандартів обліку запаси визнаються активами, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, і їх вартість може бути достовірно визначена. Запаси, які втратили матеріальну цінність у результаті псування, більше не відповідають критеріям визнання активу, тому мають бути виведені зі складу активів і списані з балансу [1, с. 256]. Списання товарів відбувається шляхом оформлення акта про списання товарно-матеріальних цінностей. Розглянемо акт списання товару, що використовується на торговельному підприємстві, в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення акту списання

«Затверджую»
Керуючий «ВОПАК»

Акт № 5

про списання неякісного товару +3406 ТП Вопак ПХ 27
Передаточна накладна № 2515 від 20.05.2020

Акт складено в присутності заступника керуючого
начальника охорони Опанасенко С. О.
касира-продавця Лис О. Л.

Коваль В. М.

про те, що нижче вказаний товар втратив товарний вигляд, був вилучений з обігу та знищений згідно статті 6 «Закону про порядок вилучення з обігу неякісної та небезпечної продукції». Згідно переліку була створена передаточна накладна № 2515

№ п/п	Код товару	Назва товару	Постачальник	К-сть	Од. вим.	Ціна, грн.	Сума, грн.
1	4511	Апельсин ваг	ТОВ «ПАККО»	0,2	кг	20,10	4,02
2	2519	Морква ваг	ТОВ «ПАККО»	0,4	кг	7,30	2,92
Всього							6,94

Заступник керуючого Коваль
Начальник охорони Опанасенко
Продавець-касир Лис
Джерело: складено автором.

Своєчасне виявлення причин товарних втрат, правильне оформлення первинних документів для списання сприяє наявності якісних товарів на полицях магазинів.

Перелік посилань

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Король А. С., студентка 3 курсу бакалавратури,
Сумський державний університет, anna.korol.2002.31@gmail.com
Науковий керівник: Бурденко І. М., канд. екон. наук
Сумський державний університет, y.burdenko@uabs.sumdu.edu.ua

ПРОФЕСІЙНЕ СУДЖЕННЯ ТА БІХЕВІОРИСТИЧНА ТЕОРІЯ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ

Я.В. Соколов та Т.О. Терентьева у праці «Професійне судження бухгалтера: підсумки минулого століття» підкреслюють, що професійним судженням є думка, яка сумлінно формується бухгалтером у відповідь на ситуацію та необхідна як для опису цієї ситуації, так і для прийняття відповідних управлінських рішень [1]. Потрібно додати, що ці вчені підкреслювали те, що «сумлінно» є найголовнішим у професії бухгалтера. Якщо ж звернутися до словника С. І. Ожегова, то «сумлінна» - це людина, яка чесно та відповідально виконує свою роботу [2]. Підсумовуючи здобутки вчених, які наведені вище, можна впевнено стверджувати, що при формуванні та застосуванні професійної думки, а як наслідок – при прийнятті управлінських рішень, бухгалтер повинен бути чесним та об'єктивним, не залежати від власної вигоди чи вигоди будь-яких учасників господарських відносин.

Поняття «професійного судження» стосується також і законодавчого рівня, відповідно до якого складовими роботи бухгалтера є беззаперечне дотримання таких методологічних засад бухгалтерського обліку, як національних та міжнародних стандартів, та контроль щодо відображення усіх господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, притримуючись саме положень цих стандартів.

Потрібно додати, що така думка повинна формуватися не тільки внаслідок розумових процесів бухгалтера та його інтуїції, а ще завдяки відповідним джерелам інформації та об'єктивним критеріям.

Також не менш важливим питанням у цьому аспекті, є фактори, від яких залежить формування професійного судження. На нашу думку, саме ці складові є ключовими, а тому досліджуючи чи пов'язане професійне судження з основними положеннями біхевіористики, слід детально розглянути та проаналізувати фактори, які впливають на «зародження» професійної думки бухгалтера.

Для цього, як ми вважаємо, буде раціональним та доцільним поділити ці чинники на дві групи в залежності від сторони впливу, а саме – зовнішні та внутрішні. Що стосується перших, то до них відноситься середовище, в якому працює бухгалтер – соціум, який його оточує та, як наслідок, – становить значний вплив на його роботу та думки, а внутрішні – це власна інтелектуальна активність бухгалтера, яку він може збільшувати, тобто підвищувати рівень професійних знань, або навпаки – зменшувати – не вивчати додаткову літературу та не слідкувати за останніми змінами в законодавстві.

Перелік посилань

Соколов Я. В., Терентьева Т. О. Профессиональное суждение бухгалтера: итоги минувшего века [Текст] / Я. В. Соколов, Т. О. Терентьева // Бухгалтерский учет. 2001. № 12. С. 53–57.

Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. - 4-е изд., доп. М. : А ТЕМП, 2006. 944 с.

Коротун І. О., здобувач вищої освіти з економіки

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, Korotyn.Inna.02@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

БЕНЧМАРКІНГ – МЕТОД ТА ЧИННИК РИЗИКІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ У БАНКІВСЬКІЙ УСТАНОВІ

Процвітання та підвищення конкурентоспроможності банківських установ є запорукою соціально-економічного розвитку регіону та, врешті всієї країни. У сьогоднішній час стало розповсюджуватися використання бенчмаркінгу, як найбільш ефективної технології підвищення конкурентоспроможності банківських послуг, яка є не лише прийняттям досвіду, а й відправною точкою для створення нових ідей, підвищення ефективності діяльності. Але слід звернути увагу на те, що бенчмаркінг не тільки є методом раціонального запозичення, а й те, що сам бенчмаркінг також є предметом запозичення, а тому він є не тільки методом подолання недоліків організації, а й при неналежному використанні стає джерелом недоліків. Для посилення цього подвійного погляду є сенс звернутися к предмету управління банківськими ризиками: з одного боку банки достатньо схожі як рід діяльності, що спрощує запозичення, з іншого боку, управління ризиками шляхом бенчмаркінгу – це напрям, який не має однозначних поглядів, а по відношенню до ризику бенчмаркінг за таким подвійним поглядом методу та предмету стає ще більш контрастним предметом дослідження: він стає водночас методом та чинник ризиків у процесі формування кредитного портфеля у банківській установі. Саме подання цього погляду стає завданням цієї доповіді.

В експертному аналізі В. Ф. Єлісеєнко та К. І. Головщинського [1] сказано, що бенчмаркінг — це альтернативний метод стратегічного планування, у якому мета визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Технологія бенчмаркінга стягає в єдину систему розробку стратегії, галузевий аналіз і конкурентів. Бенчмаркінг у банківстві являє собою майстерність виявляти те, що інші банки роблять краще, а також розгляд їхніх методів роботи, адже в основу бенчмаркінгу покладений принцип порівняння діяльності не тільки банків-конкурентів, але і передових фірм інших галузей. Також у банках усталено й погляди на ризик, хоча як показано у роботі П. В. Кривулі та І. В. Шурхно [6] погляди на поняття ризику доволі різні, а особливо актуальними у контексті бенчмаркінгу стають дослідження когнітивних ризиків (як у [4]) та методи нечіткого оцінювання ризиків, їхнього шкалювання (як у [6, 7]), та оцінювання саме портфельних ризиків, чому у методиках, що розповсюджені у оцінюванні кредитного портфелю у банках, приділено мало уваги.

Відомо, що застосування бенчмаркінгового підходу дає банку змогу запозичити ліпші навики банків-лідерів як серед українських і закордонних банків. Як показує Р. Кемп [2] бенчмаркінг у контексті конкурентного протистояння стає не стільки запозичення досвіду, скільки економічним шпигунством, яке спрямовано на здобуття конкурентних переваг у суперництві, а П. М. Чуб [9] подає бенчмаркінг як інструмент анти кризисного менеджменту (що безпосередньо пов'язано з оцінюванням ризиків). А у кінцевому результаті, банк зможе зміцнити свою конкурентну позицію на ринку, збільшити власну клієнтську базу, покращити рівень обслуговування клієнтів і тим самим підвищити загальну репутацію та довіру до банку. Однак я вважаю, що бенчмаркінг може являтися саме фактором ризику у процесі формування кредитного портфеля. Наприклад, одна із установ може повністю перейняти чийсь досвід, але не врахувати особливості своєї установи. Що ж нам заважає коректно використовувати бенчмаркінг? О. В. Кравченко [3] у своїй роботі зазначає негативні бар'єри використання бенчмаркінгу, а саме: непрозорість середовища проживання банківських установ; недоступність відкритої інформації для порівняння та обміну досвідом; нерозвиненість інфраструктури бенчмаркінгу в Україні; відсутність «клубів» для пошуку партнерів із бенчмаркінгу. Те ж саме стверджують і А. Панчук та А. Павлова [8], але слід розглядати не тільки негативні бар'єри на шляху впровадження бенчмаркінгу, а й ризики, що несе його впровадження та впровадження того, що має стати результатом бенчмаркінгу.

Обмеження цього метода у тому, що він докладно описує склад завдань, але не розкриває детально методичні засоби. Можна сказати, що бенчмаркінг – це вершина айсберга, він дає вимірні показники, цільові орієнтири. Але секрет успіху полягає у тому, як їх досягти. І тут немає однієї правильної стратегії та «золотого» рішення. Усі установи різні за контекстом, корпоративною культурою, ресурсами. Слідом за бенчмаркінгом має йти творчий процес вироблення адаптованих рішень керівниками, що дозволить знайти свій шлях до успіху.

Підсумовуючи все вище сказане, можна дійти висновку, що бенчмаркінг є сучасним інструментом удосконалення, оснований на моніторингу діяльності еталонних банківських установ, порівнянні кращих їх показників із власними та, відповідно, застосуванні виявлених ефективних інструментів управління. Але через деякі фактори, що діють у самих процесах бенчмаркінгу (моніторинг, ідентифікація, оцінювання, прогнозування, тощо), метод бенчмаркінгу є сам комплексним чинником ризику для певної установи, яка його використовує. Немоżliво точно дослідити інші компанії та впровадити їхні правила, завжди зостається те, що не може бути запозиченим та навіть не може бути встановлено, що такий елемент є та він є складовою певної соціо-технічної системи, яку намагаються запозичити. Оскільки є інформація, яку не розголошують, та існують неявні знання, та стороннє спостереження не може встановити усіх зв'язків у системі, то бенчмаркінг зостається інструментом скоріше дифузії прийомів та методів, ніж інструментом копіювання досвіду. Визначення конкретних видів чинників ризику, які виникають у процесах бенчмаркінгу стає перспективним та актуальним завданням подальшого дослідження.

Перелік посилань

1. Елисеенко В. Ф. Внедрение целостных систем бенчмаркинга в деятельность органов исполнительной власти / В. Ф. Елисеенко, К. И. Головщинский // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2008. – № 2 – С. 118-130.
2. Кемп Р. Легальный промышленный шпионаж: Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов: Пер. с англ./ Р. Кемп; под ред. О. Б. Максимовой. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 416 с.
3. Кравченко О. В. Можливості застосування бенчмаркінгу як інструмента активізації управління підприємством / О. В. Кравченко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – зб. Наук. Праць НАНУ. – Львів. – 2008. – вип. 6 (74). – С. 102-110.
4. Кривуля П. В. Когнітивні ризики у оцінюванні відносної значущості складових комплексу цілей мегапроектів: абераційний ризик інтуїтивних переваг та консолідаційно-наведений ризик довільних порядків згортки [Електронний ресурс] / П. В. Кривуля, Д. А. Кобцева // Наукові Вісті Далівського університету. – 2019. – № 17. – doi: 10.33216/2222-3428-2019-17-12.
5. Кривуля П. В. Обзор определенных категории „риск” и их сравнительное моделирование на основе семантических сетей / П. В. Кривуля, И. В. Шурхно // Экономика и управление : науч.-практ. журнал / Нац. акад. природоохран. и курортн. строительства. – 2008. – № 2-3. – С. 68-76.
6. Кривуля, П. В. Общий порядок шкалирования уровня риска как ситуационной модели / П. В. Кривуля, И. В. Шурхно // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2008. – № 3 (121). – С. 210-214.
7. Кривуля П. В. Составление качественных шкал уровня риска по аналогии с соотношением дисконта к ренте и на основе сопоставления с упорядоченным рядом альтернативных показателей доходности / П. В. Кривуля, М. В. Дорошко // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2011. – № 2 (156). Ч.1. – С. 108-120.
8. Панчук А. А. Особенности использования бенчмаркинга в Украине [Електр. док]. / А. Панчук, А. Павлова // Дон. нац. ун-т економіки и торговли им. М. Туган-Барановского. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65558.doc.htm
9. Чуб П. М. Антикризове управління у банківській діяльності / П. М. Чуб // Фінанси, облік і аудит. – 2012. – Вип. 20. – С. 203-211.

Лепей А. А., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ,
alepei@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

ПЕРЕОЦІНКА У РОЗДРОБІ

З метою правильного відображення вартості товарно-матеріальних цінностей відповідно до стандартів бухгалтерському обліку на підприємствах різних галузей та форм власності проводиться переоцінка.

Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення переоцінки товарів на підприємствах роздрібною торгівлі.

В практичній діяльності підприємства можливі випадки, коли реальна вартість запасів стає меншою за їх первісну вартість. Так як активи (у тому числі й запаси) повинні відображатися за вартістю, яка не перевищує суму, очікувану від їх продажу або використання, то у випадку пошкодження, старіння, зниження ціни реалізації запаси оцінюють і відображають у звітності за чистою вартістю реалізації [1, с. 81].

Зниження первісної вартості товарів до чистої вартості реалізації є уцінкою первісної вартості товарів. Дооцінка товарів можлива у випадку, коли зростає чиста вартість реалізації. При цьому проводити дооцінку товарів можна тільки після проведеної уцінки, і тільки на суму, яка за розміром не перевищує суму раніше проведеної уцінки. Для документального оформлення результатів переоцінки товарів бухгалтерія підприємства складає акт. Розглянемо зразок заповнення акту переоцінки товарів в роздрібній торгівлі в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення документа

Переоцінка товарів у роздробі № 10 від 15 січня 2021 р.

Організація: ПП «Олег»,

Р/р UA 25 322313 00000 26001020304050 у банку ВАТ «УКРЕКСІМБАНК»,

м. Житомир, МФО 322313

юрід. адреса: 10001, Житомирська область, м. Житомир, вул. Київська, буд. 87,

тел. 0412- 33-33-33. Код за ЄДРПОУ 12345678, ПІН 123456711111

Є платником податку на прибуток на загальних підставах.

Склад: Житомир, Київська, 25

№	Товар	Кіл-ть	Од.	Роздр. ціна стара	Роздр. ціна нова	Відхилення вартості
1	Ковбаса н/к Салямі Київська в/у 0,5 кг	1	кг	105,00	75,00	-30,00
2	Ковбаса н/к Салямі Київська в/у 0,5 кг	1	кг	75,00	80,00	5,00

Всього відхилення вартості:

-25,00

Відповідальний _____

Джерело: складено автором.

Проведення переоцінки сприяє достовірному відображенню в обліку та звітності інформації про вартість товарів відповідно до стандартів бухгалтерського обліку.

Перелік посилань:

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Ломонос Р. І., магістр

НУ «Чернігівська політехніка», remdesu97@gmail.com

Науковий керівник: Забаштанський М. М., д-р екон. наук, професор

НУ «Чернігівська політехніка», mazani@ukr.net

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Агропромислова галузь для України була і залишається найбільш важливою галуззю національної економіки. Саме ця галузь забезпечує продовольчу безпеку нашої держави та впливає на структуру експорту, розвиває та стимулює інші галузі національної економіки і формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій [1].

Якщо розглядати економічну безпеку агропромислового комплексу держави, вона має стійкість до негативного впливу зовнішнього середовища та інших дестабілізуючих факторів всіх складових системи діяльності підприємств та має неабияку здатність до розвитку в несприятливих умовах [2].

На економічну безпеку АПК впливають суб'єкти державної влади та органи самоврядування, які утворюють базовий механізм управлінської діяльності. Органи державної влади виступають суб'єктами управлінського впливу на адекватність економічної безпеки агропромислового сектору. Вони включають спеціальні структури, які забезпечують соціальну, економічну безпеку, економічно-господарські відносини, тощо [3].

Категорія "економічна безпека аграрної галузі" є досить складною, що призвело до наявності різноманітних підходів до її трактування, як вітчизняними так і іноземними вченими. Ці висловлювання, показують, що економічна безпека АПК має складну структуру.

Наприклад, Власюк О.С. розглядає економічну безпеку як сукупність взаємопов'язаних систем безпеки і пропонує виділити такі функціональні складові економічної безпеки аграрної галузі, як: політико-правову; фінансову; виробничо-технологічну; інвестиційну; інноваційну; екологічну; маркетингову; інтелектуально-кадрову; соціальну; зовнішньоекономічну [4].

Економічна безпека аграрного сектору держави залежить від стану економічної безпеки профільних підприємств та організацій, які напряму займаються виробництвом сільськогосподарської продукції. Безпечний розвиток сільськогосподарського виробництва є головною складовою економічної безпеки аграрного сектора держави. Забезпечити економічну безпеку підприємств агропромислового комплексу можна, якщо буде безпечним розвиток галузі і підприємств цієї сфери, тобто забезпечення безперебійності та економічної доцільності виробництва сільськогосподарської продукції. Водночас, особливої ваги набирає необхідність поглиблення концептуальних засад її забезпечення, подальшої класифікації та виявлення загроз, які можуть бути як потенційними так і реальними. Належний рівень економічної безпеки підприємств агропромислового комплексу сприятиме ефективному розвитку підприємств аграрної сфери економіки, за якої відбувається забезпечення продовольчої безпеки.

Перелік посилань:

1. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України на період до 2020 року [Електронний ресурс] / Міністерство аграрної політики та продовольства України. Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/7644>

2. Колешня Я. О. Енергетична складова економічної безпеки підприємств агропромислового комплексу : автореф. дис. . канд. економ. наук : 08.00.04. Київ, 2019. 30 с.

3. Денисова І. Г. Системні основи менеджменту : навч. посібник. Харків : ХТУРЕ, 1998. 140 с.

4. Власюк О. С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку / О. С. Власюк; Нац. інт пробл. міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. К., 2008. 48 с.

Ломонос Р. І., аспірант

НУ «Чернігівська політехніка», lri1997@ukr.net

Науковий керівник: Забаштанський М. М., д-р екон. наук, професор

НУ «Чернігівська політехніка», mazani@ukr.net

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Якщо порівнювати Україну з економічно розвинутими країнами, де розвивався і удосконалювався десятиліттями фінансовий механізм державно-приватного партнерства (далі – ДПП), то нашій державі не вдалося досягти якогось прогресу в цій сфері, адже етап його становлення тільки відбувається. Але ж у нас є певна перевага в цьому, тому, що Україна на даному етапі може реалізовувати рекомендації та нові моделі організації фінансового механізму ДПП та уникати помилок, які були здійснені західними країнами на практиці.

Аналізуючи розвиток фінансового механізму ДПП в сучасній економіці України, є п'ять етапів, в яких можна розглянути особливості його виникнення та фактори, які впливали на кожен з етапів.

Перший етап (1991-1992 рр.) - починається зародження приватного підприємництва, розширюється співпраця держави з бізнесом в економіці.

На другому етапі (1993-1999 рр.) розробляються нові підходи до економіки держави, нові пошуки методів та форм співпраці влади та бізнесу.

Ознака третього етапу (2000-2008 рр.) те, що держава посилює свою роль в регулюванні соціально-економічних процесів країни, виникають нові інструменти в структурі фінансового механізму державно-приватного партнерства.

Четвертий етап (2009-2014 рр.) визначився тим, що виникла світова економічна криза, яка пригальмувала розвиток вітчизняної економіки, внаслідок чого з'явилася негативна динаміка показників соціально-економічного розвитку держави, призупиняються проекти державно-приватного партнерства.

На останньому, п'ятому етапі (2015 – сьогодні) відроджується розвиток фінансового механізму державно-приватного партнерства, який направлений на модернізацію промисловості та новітніх технологій [1].

Характерною особливістю першого етапу в нашій державі була орієнтація на пріоритетність ринкових регуляторів в економіці. На цьому етапі починається зародження приватного підприємництва, формуються нові напрямки ринкового середовища в економіці України, розвивається фінансовий механізм партнерства держави і бізнесу.

Особливістю другого етапу була розробка різноманітних підходів до здійснення економічної політики держави. Йде пошук нових форм та методів взаємодії між бізнесом та владою. Співпраця між державою та бізнесом в основному зосереджувалася на сировинному секторі економіки.

Погіршується економічна ситуація в Україні. Це дає поштовх до зниження стимулу активності та готовності бізнесу до довгострокового інвестування. Разом з тим в Україні почалася корупція, рейдерські захоплення, перерозподіл власності. До влади все більш потрапляє бізнес. Модернізація економіки також припиняється.

Загальна стабілізація і розвиток усіх секторів економіки – це характеристика третього етапу.

Бюджетні кошти на пряму спрямовуються на фінансування соціальних програм, інфраструктурних проектів розвитку економіки [4].

Закріплює своє становище в державі великий бізнес, який виступає головним партнером держави в спільних проектах та вносить нові важелі в структуру фінансового механізму державно-приватного партнерства, адже влада не хотіла співпрацювати з малим та середнім бізнесом.

Світова економічна криза, яка зумовила проблеми економіки в Україні пов'язана з четвертим етапом розвитку фінансового механізму ДПП. Україна не мала фінансово забезпечити модернізацію пов'язану з такими галузями як транспорт, електроенергетика, комунальне господарство тощо. Ця криза негативно відобразилася на соціально-економічних показниках розвитку держави. Були призупинені багато проектів ДПП [3].

В 2010 р. був прийнятий Закон України «Про державно-приватне партнерство» [2], в якому була визначена сутність поняття «державно-приватне партнерство», його основні принципи, правові форми, процес укладення угод між партнерами.

П'ятий етап це період сучасного розвитку фінансового механізму державно-приватного партнерства, який направлений на розвиток промисловості, модернізацію, нових інноваційних технологій.

Сучасний механізм дає можливість на створення та досягнення максимальної рентабельності та реалізації проектів для приватних партнерів.

Нові джерела інвестування, підвищення рівня якості життя громадян, створення необхідної інфраструктури для впровадження нових наукових досягнень в економіку країни, дослідницька діяльність, тощо – це все дає можливість використання фінансового механізму ДПП.

Кожний з етапів розвитку державно-приватного партнерства, свідчить про те, що його використання є ефективним, оскільки дозволяє економити бюджетні кошти, а також розвивати соціальну інфраструктуру та підприємницьку діяльність. Згаданий механізм дозволяє вирішити проблеми розвитку економіки, а також підвищити рівень життя населення для задоволення матеріальних потреб громадян.

Однак досить обмежені фінансові ресурси країни потребують підтримки розвитку партнерських відносин, які мають орієнтуватися на підвищення капіталізації проектів у різних категоріях економіки.

Перелік посилань

1. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI. Офіційний вісник України. 2010. № 58. Ст. 1988.
2. Про схвалення Концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.08.2013 р. № 739-р. Офіційний вісник України. 2013. № 76. Ст. 2831.
3. Відомості Світового банку про реалізацію проектів державно-приватного партнерства в Україні за 2009–2014 рр. URL: ppi.worldbank.org/snapshots/country/ukraine (дата звернення: 22.03.2019).
4. Сиротюк О. Д. Формування правових засад державно-приватного партнерства: теоретичні проблеми становлення та розвитку. 2010. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Yurnpo/2010_1/110-119.pdf (дата звернення: 20.03.2019).

Матвієнко Є. П., здобувач вищої освіти з економіки

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, elizar10.03@gmail.com

Науковий керівник: Кривуля П. В., канд. екон. наук

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, krivulia@snu.edu.ua

РОЯЛТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ У ФІНАНСОВІЙ КООПЕРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У АВТОМОБІЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

Інноваційна економіка є наступним етапом розвитку людства, у якому головним продуктом будуть не самі продукти, а концепти науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт щодо створення продуктів. Таким чином стають актуальними вторинні (дериватні) продукти: управлінські продукти, дослідницькі продукти, фінансові та банківські продукти, тощо. Специфіку таких продуктів частково розкрито у [4, 5]. Для того, щоб перейти до інноваційної економіки потрібно вирішити проблему недостатньої розробницької активності для того, щоб

бути підприємствам виробниками саме таких «продуктів», проблему замалої кількості створення інноваційних ідей для підприємств багатьох галузей. Тема дифузії інновацій у якості об'єкта цілеспрямованої діяльності замало описана в науково-дослідних роботах, що говорить про нерозкритість питання та можливість використання цього напряму дослідження як дослідницької гіпотези вирішення зазначених проблем. Таким чином констатуємо актуальність дослідження, об'єктом якого стає дифузія інновацій як корпоративна або функціональна стратегія підприємств автомобільної промисловості. Предметом дослідження є особливості стимулювання в автомобільній галузі дифузії інновацій завдяки використанню організаційних форм фінансової кооперації підприємств. Метою – є формулювання науково-методичних засад підвищення впізнаваності продуктів автомобільної промисловості завдяки впровадженню інноваційних продуктів на засадах керованого процесу дифузії інновацій між кооперованими для цього підприємствами різних галузей (зокрема: підприємств автомобільної промисловості).

Все менше інноваційних рішень з'являється на ринку автомобілів, проте цю проблему можна вирішити за допомогою запозичення технологій з інших галузей господарювання. Сутність явища стимулювання дифузії інновацій через кооперацію підприємств полягає в запозиченні технологій, що дає змогу удосконалювати вже існуючі технології та допомагає збільшити прибутковість та кількість продажів. На сучасному етапі розвитку автомобільної галузі галузь потрапила в еволюційний тупик. З кожним роком в автомобілях змінюється лише кількість та розміри дисплеїв у салоні, 115 років не змінював вигляд важіль трансмісії. Автовиробники утримуються за концепцію чотириколісного автомобіля, використовують вже всім відомі силуети авто. Все менше інноваційних рішень з'являється на ринку автомобілів, але цю проблему можна вирішити за допомогою запозичення технологій з інших галузей.

Дифузія інновацій передбачає перетікання інноваційних технологій з однієї сфери до іншої і це дає можливість удосконалювати технології, не створюючи конкуренцію. Характерною ознакою дифузії інновацій є відсутність первинної конкуренції, що дає можливість істотно впливати на ціноутворення та тим самим допомагає збільшити прибутки підприємства. У дослідженні пропонуємо стимулювати дифузію інновацій шляхом утворення організаційних форм фінансової кооперації підприємств різних галузей. Хоча такі підприємства і не складають одного виробничого кластеру, але вони можуть складати регіональні кластери-консорти так, як показано у [1], а тому мати інтерес до розвитку підприємств інших галузей, бо вони сполучені іншими зв'язками. Крім того, можна знайти організаційні форми фінансового сполучення процесів стимулювання дифузії інновацій. Специфіку таких організаційних форм розкрито у [2], але їхній склад може бути доповнено та розвинуто. Перетікання технологій в кооперації підприємств може за таких умов здійснюватись на умовах оплати роялті оператору дифузії інновації. Різновиди роялті показано у [2], але у випадку предмета дослідження мова йде про специфічне роялті: роялті оператора дифузії інновацій – це платежі автору інтелектуальної власності за її використання. Роялті оператору інтелектуальної власності належить до другого з наданих їй роботі [2] видів роялті, а саме – роялті, що стягуються у відсотках від валового доходу за вирахуванням деяких витрат, що пов'язані з його отриманням (*net smelter return* або *NSR*), або скорочено – роялті у відсотках від скорегованого доходу (на скорегований дохід). Їхня відмінність від наступного виду роялті (податків на чистий прибуток, чистий дохід, надприбуток тощо) в тому, що в першому випадку податкова база визначається як валовий дохід від продажу продукції добувної компанії за вирахуванням деяких витрат, а у другому – за вирахуванням всіх витрат, що пов'язані з його отриманням. Але слід визнати, що це два великі класи роялті, а розгляд специфічних умов використання нового підвиду роялті звісно надасть змогу визначити його особливі риси.

Отже, роялті оператору дифузії інновацій як платіж за використання необоротного активу для власника інтелектуальної власності є грошовим потоком, який належить до операційної діяльності. Ставка роялті оператору дифузії інновацій буде залежати від прибутку підприємства. Таким чином в дифузії інновацій буде зацікавлено дві сторони: власник об'єктів інтелектуальної власності, якому будуть перераховувати роялті, та підприємство, яке буде використовувати інтелектуальну власність оператора дифузії інновацій для впровадження їх у свої продукти.

Такий підхід має стимулювати підприємства до спільної діяльності задля активізації дифузії інновацій. Але це поки що робоча гіпотеза дослідження, яка потребує детальнішої проработки та вирішення великої кількості науково-практичних завдань. Зокрема: визначити можливі результати використання дифузії інновації як фінансової, маркетингової або будь якої іншої функціональної стратегії; визначити особливості стимулювання дифузії інновацій в автомобільній галузі; сформулювати засади концептуальної теоретичної моделі дифузії інновацій як управлінського продукту, яка б могла бути основою навчання та підготовки персоналу в цій сфері; установити причинно-наслідкові зв'язки передбачуваних результатів використання дифузії інновації як маркетингову стратегію автомобільної промисловості, тощо. Такі завдання стають перспективним планом дослідження.

Перелік посилань

1. Галгаш Р. А. Регіональні кластери підприємств: розвиток та стратегічна координація : монографія / Р. А. Галгаш. – Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2017. – 344 с.
2. Жикаляк М. В. Класифікація роялті як шлях до вдосконалення регуляторної політики держави у сфері використання мінеральних ресурсів. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2276> (Дата звернення 12.12.2021)
3. Організаційні форми внутрішньогосподарських фінансів : монографія / В. М. Гончаров, О. О. Кузнєцов, П. В. Кривуля, Л. В. Кривуля. – Луганськ: Вид-во «Віртуальна реальність», 2013. – 270 с.
4. Шарко О. Р. Визначення характеристик управлінських продуктів при організації операційного управління їх створення / О. Р. Шарко // Культура народів Причорномор'я. — 2010. — № 191. — С. 182–185.
5. Шарко О. Р. Дослідження особливостей життєвого циклу управлінських продуктів / О. Р. Шарко, О. О. Ромахова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2011. — Т. 2. № 4. — С. 133–136.

Норець Д. О., здобувачка вищої освіти, 1 курс магістратури, група МОА-211
НУ «Чернігівська політехніка» darina.norets@gmail.com
Науковий керівник: К. В. Гнедіна, канд. екон. наук, доцент
НУ «Чернігівська політехніка»

ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ПРИ ПРИЙНЯТТІ СТРАТЕГІЧНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Одним із важливих факторів, який забезпечує ефективність господарської діяльності, є ведення стратегічного управлінського обліку. Фінансова звітність надає лише певну частку інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень, зокрема вона не розкриває таку нефінансову інформацію, як вплив внутрішнього та зовнішнього середовищ на підприємство та його конкурентоспроможність, плани на майбутнє та способи їх досягнення, можливості та загрози. Для прийняття ефективних стратегічних управлінських рішень підприємству необхідно використовувати звітність, яка буде поєднувати в собі фінансову і нефінансову інформацію, тобто інтегровану звітність. Інтегрована звітність включає в себе не лише економічний, а також соціальний та екологічний аспекти діяльності підприємства.

За публікацією І. Деруна (2017) в Україні налічується близько 40 компаній, які склали і публікували інтегровану звітність, соціальну звітність, звітність сталого розвитку. Серед них АТ «Укрзалізниця», «ДТЕК», «Артеріум», «АстартаКиїв», «Тетра Пак», «МЕТІНВЕСТ», ПрАТ «Оболонь», «Нафтогаз України», «KERNEL» та ін. [1]. У 2013 році Міжнародна рада з інтегрованої звітності (IIRC) випустила основу для інтегрованої звітності, яка встановлює принципи та концепції, які регулюють загальний зміст інтегрованого звіту. Інтегрована звітність складається з таких ключових компонентів: огляд зовнішнього середовища, в якому працює підприємство; структура підприємства та здатність створювати додаткову вартість; бізнес-модель; можливості та ризики, їх вплив на здатність компанії створювати вартість, а

також способи боротьби з ризиками; стратегія та розподіл ресурсів; результати виконання та досягнення стратегічних цілей за період; перспективи та проблеми розвитку компанії та їх наслідки [2]; основні принципи підготовки та презентації [1].

Варто розрізняти поняття комбінований звіт та інтегрований звіт. Комбінований звіт об'єднує цілий ряд окремих звітів, наприклад, фінансову звітність, звіт про управління тощо. Основним недоліком комбінованого звіту є те, що кожен його компонент, до того як був включений до комбінованого звіту, мав окрему чітко визначену мету та був підготовлений з урахуванням конкретної аудиторії та набору інформаційних потреб [3].

Аналізуючи дані інтегрованої звітності щодо можливостей підприємства, управлінський персонал визначає які управлінські рішення варто прийняти, щоб використати ці можливості. При цьому він враховує зовнішні загрози, що можуть призвести до неефективності прийнятих рішень. Аналізуючи слабкі сторони підприємства, управлінський персонал визначає шляхи їх усунення, а досліджуючи сильні – як перетвори їх на переваги. При прийнятті усіх стратегічних управлінських рішень передбачаються очікувані витрати та результати (як фінансові, так і нефінансові). Також визначається як прийняте управлінське рішення вплине на відносини з стейкхолдерами, імідж підприємства, соціальний та екологічний ефект цього рішення.

Інтегрована звітність містить стратегічні цілі, а також очікувані результати цих цілей, що дає можливість порівняти їх з отриманими результатами. У випадку, коли отримані результати не відповідають очікуванню, підприємство має можливість вчасно це помітити, виявити причини відхилення та прийняти нові управлінські рішення для отримання очікуваних результатів.

Досить важливим є те, що інтегрована фінансова звітність не тільки поєднує фінансові та нефінансові дані, а й встановлює певний зв'язок між ними. Для прикладу, нами було розроблено елемент інтегрованої звітності, який доцільно застосовувати підприємствам, що сплачують екологічний податок (табл. 1).

Таблиця 1 - Елемент інтегрованої звітності для підприємства, яке сплачує екологічний податок

№	Вид забруднення	Вид забруднюючої речовини	Обсяг викидів/ скидів/ розміщення відходів/ утворення та (або) зберігання радіоактивних відходів	Сума податку	Додаткові дані
1
...
Всього	-	-	-	...	-

Джерело: розроблено автором.

В результаті включення цього елемента до інтегрованої звітності, підприємство матиме можливість окремо проаналізувати об'єкти оподаткування екологічним податком та розробити шляхи мінімізації суми екологічного податку. Стратегію щодо мінімізації екологічного податку та результати її виконання також варто відобразити в інтегрованому звіті. Це дасть змогу здійснювати контроль за виконанням стратегії.

Проаналізувавши це питання, можна зробити висновок, що інтегрована звітність займає важливе місце в управлінні діяльністю підприємства. Вона не є простим поєднанням фінансової та нефінансової звітності у єдиний звіт. Вона містить інформацію, яка має зв'язок між собою для забезпечення створення цінності.

У результаті складання інтегрованої звітності, підприємство має ключові систематизовані дані для прийняття ефективних стратегічних управлінських рішень та можливість здійснювати контроль за їх виконанням, в результаті чого стає можливим вчасно помітити та зреагувати на відхилення від стратегічного планування.

Перелік посилань

1. Малишкін О. І., Ярмоліцька О. В. Структура інтегрованих звітів українських компаній на тлі вимог міжнародного стандарту. Розвиток інтегрованої звітності підприємств: матеріали Міжнар. наук. конф. 4-5 жовт. 2019 р., Житомир, Житомирська політехніка. 2019. С. 115-116. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/115-1.pdf>.

2. The integrated report framework. ACCA Global: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.accaglobal.com/ca/en/student/exam-support-resources/professional-exams-study-resources/strategic-business-reporting/technical-articles/integrated-report.html>.

3. Frequently asked: integrated reporting and other report forms. Value reporting foundation. URL: <https://www.integratedreporting.org/faqs>.

Погорілко Д. Ю., студентка гр. ЗММРп-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», dbogoliub@gmail.com

Науковий керівник: Рябова Т. А., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», riabova_tetiana@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

Маркетинг банківської установи є інтегральною функцією всього управління банком. Управління капіталом, активними та пасивними операціями банку, відносинами зі споживачами не можливо проводити ефективно без розуміння ситуації на ринку, постійного дослідження вимог клієнтів. Також сфера банківських послуг передбачає необхідність застосування ефективних методів просування фінансових продуктів.

Маркетинг банківських продуктів вирішує такі завдання [2]:

- аналіз ринку та виділення сегментів банківських послуг;
- відбір перспективних цільових ринків і визначення потреб клієнтів щодо банківських продуктів;

- формування довго- і короткострокових цілей розвитку банківських продуктів;

- впровадження нових банківських послуг та контроль за процесами реалізації заходів.

Більшість науковців сходиться на думці, що завданнями банківського маркетингу є:

1) формування іміджу банку;

2) дослідження попиту на банківські продукти, прогноз розвитку ринку;

3) розробка політики створення нових банківських продуктів, відповідно вимог клієнтів;

4) формування основних підходів ціноутворення з урахуванням кон'юнктури ринку та тарифів конкурентів;

5) загальне поліпшення конкурентної позиції банку [1].

Сучасні споживачі банківських продуктів характеризуються тим, що мають диференційовані потреби і можливості та прагнуть отримати індивідуалізовані послуги. А тому попит на банківські продукти є також дуже диференційованим. Це в свою чергу означає, що банк повинен чітко уявляти, для якої групи споживачів краще підходить продукт і який обсяг ринку взагалі може бути.

Діяльність в сфері маркетингу банківських продуктів може здійснюватися за одним з двох концептуальних підходів:

1) орієнтування на масові банківські продукти, що мають стабільний попит, за цим підходом передбачається застосування порівняно низьких тарифів на банківські продукти, обмеження щодо особливих послуг і більш масове охоплення роздрібних споживачів;

2) орієнтування на окремі групи клієнтів - характеризується більш нестабільним попитом, але передбачає широкий асортимент банківських послуг, орієнтацію на меншу кількість споживачів, встановлення диференційованих тарифів та процентних ставок (відносно високих).

Для того щоб відповідати сучасним тенденціям ринку банківських послуг має застосовуватися маркетингова концепція «5E». Така літерна концепція включає елементи:

- “Exploration” – формування та актуалізація клієнтської бази, яка дозволить визначати запити споживачів;

- “Education” – передбачає проведення своєрідного навчання споживачів, в процесі якого і виникає потреба у певних товарах і таким чином формується попит на послуги підприємства (банку);

- “Entertainment” – формування позитивного відчуття від комунікацій між персоналом банку та клієнтами;

- “Elevation” – розвиток у споживачів бажання регулярно підвищувати свій життєвий рівень;
- “Estimation” – оцінка, контроль ефективності маркетингових дій.

Вважається, що така концепція більш прогресивна, оскільки максимально орієнтується на споживачів, що сьогодні дуже актуально в сфері банківського маркетингу.

Інший підхід [3] передбачає концепцію «7К» комплексу маркетингу для банківських продуктів. Вона включає елементи:

-“клієнти” цей елемент передбачає, що успішний банківський маркетинг базується на аналізі клієнтської бази, і загалом банк не в змозі проводити діяльність без споживачів послуг;

-“кадри” – головний елемент будь-якого банку, а рівень кваліфікації та ставлення до виконання своїх обов’язків визначають результативність роботи;

-“комунікації” – елемент передбачає повноту інформації, конкретність і ясність, і в той же час дотримання делікатності банківської таємниці та вимог законодавства;

-“координація” – необхідний інструмент для оптимального (ефективного) здійснення стратегії і тактики діяльності банку через наявність прямого і зворотного зв’язку між суб’єктами банківської діяльності;

-“якість” (рос. “качество”) – комплекс властивостей банківського продукту, який обумовлює його здатність задовольнити потреби клієнтів;

-“конкуренція” - процес взаємодії, взаємозв’язку і боротьби між банками за найкращі умови реалізації своїх послуг;

-“культура” – охоплює всі вищезгадані елементи, оскільки культура діяльності сучасних банків неможлива без інформаційної, технічної та організаційної діяльності в системі маркетингу.

Розвиток технологій та еволюція банківського маркетингу призвели до ситуації, коли банки можуть обслуговувати масові ринки і в той же час надавати персоналізовані послуги, будувати особистісні комунікації. Сьогодні будь-який споживач є клієнтом банківської установи, відповідно на даний час банки розробляють велику кількість пропозицій банківських продуктів.

Отже, процес управління маркетингом банківських продуктів має відбуватися з урахуванням типології споживачів, і це має бути основою для підвищення ефективності діяльності банку взагалі.

Перелік посилань

1. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст]: навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К.: ВД «Професіонал», 2012. – 458 с.
2. Васюренко О. В. Банківські операції [Текст] : навч. посіб. 4-те вид., перероб. і доп. - К.: Знання, 2004. - 324 с.
3. Гурьянов С. А. Маркетинг банковских услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua1lib.org/book/518758/b9029c>
4. Тарасевич Н. В. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в банківській сфері [Текст] // Економіка і суспільство, Випуск № 10.- 2017. - С. 665-669

Рябченко І. С., здобувач вищої освіти, гр. ММРп-201

Чернігівський національний технологічний університет, igar.ryabchenko@gmail.com,

Науковий керівник: Москаленко В. А., канд. екон. наук, доцент

Чернігівський національний технологічний університет, m.valentina.an@ukr.net

МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ НА РИНКУ

В контексті просування інноваційних товарів слід використовувати не тільки інструменти класичного маркетингу, а й інструментарій інноваційного маркетингу для підвищення ефективності останніх.

Для формування ефективного інструментарію просування інноваційних товарів потрібно визначити загальні цілі підприємства за методологією SMART, його бачення, а також маркетингові цілі, які корелюються з місією компанії, візією, цілями.

Під час аналізу будь-якого підприємства слід використовувати класичні маркетингові інструменти, такі як: SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, проаналізувати воронку продажів, шлях клієнта, точки дотику, CRM систему тощо. За допомогою SWOT-аналізу зробити аналіз не тільки компанії загалом, а й кожного інструменту просування, який використовується на підприємстві, тобто проаналізувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози самого інструменту [1].

Зазначимо наступні інструменти, на нашу думку, інноваційного маркетингу: контент маркетинг; SMM; Facebook; Instagram; SEO просування сайту; YouTube; TikTok; E-mail розсилки; чат боти в месенджерах (Telegram, Facebook); контекстна реклама; таргетована реклама; реферальні посилання та штучний інтелект під час аналізу даних тощо.

Окремо варто виділити чат-боти, як інструмент інноваційного маркетингу, за допомогою якого можна оптимізувати комунікацію зі споживачами, налаштувати воронку продажів, надсилати оновлену інформацію про товар тощо. За допомогою чат-бота можливо:

1) автоматизація воронки продажів: можливо запрограмувати чат-бота та вистроїти шлях клієнта таким чином, що коли споживач його завантажить та відкриє, то чат-бот компанії автоматично привітається з користувачем, запропонує розповісти про товар чи покаже інтерактивне меню для ознайомлення з асортиментом;

2) розрахунок вартості послуг, товарів: в чат-боті можливо запрограмувати автоматичні розрахунки вартості товарів, наприклад, інститут сільськогосподарської мікробіології та агропромислового виробництва НААН України надає консультаційні послуги, займається розробкою та збутом мікробних препаратів, де ціна зазначена з розрахунку на одиницю маси, тому, автоматичний розрахунок вартості набуває більш актуального значення;

3) автоматизація розсилки: чек-листи, записи вебінарів – інструменти, які допомагають зібрати ліди, але якщо робити розсилку вручну, будуть витрачені значні часові ресурси;

4) тести або Quiz-marketing: інформування за допомогою проведення тестів, опитувань, а також надання актуальної інформації про свій товар, проведення майстер класів з використанням товару компанії тощо;

5) рекламні кампанії;

6) проведення фокус-груп з визначенням думки наявного та потенційного споживача та тестування різноманітних гіпотез тощо.

Отже, використання нових, інноваційних маркетингових інструментів, вимагає від сучасного маркетолога також використовувати сучасне програмне забезпечення для збору та аналізу даних. Виділимо наступне ПЗ, як інструмент інноваційного маркетингу, Microsoft Power BI та IBM SPSS Statistics, яке в повній мірі відповідає тенденції розвитку спеціальності маркетинг[2].

В таблиці 1 систематизуємо критерії матриці цифрового маркетингу.

Таблиця 1 – Критерії матриці цифрового маркетингу

Критерій	Опис
1. Підхід до стратегії маркетингу	Наскільки стратегія маркетингу впроваджена в компанії та чи присутня взагалі.
2. Performance marketing	Конверсійний інтернет-маркетинг, в який входять аналіз та розробка воронки продажу, лідогенерація та конверсія.
3. Branding	Імідж в очах споживачів, що про компанію думає споживач, як він інтерпретує її комунікативні аспекти.
4. Рівень підтримки маркетингу зі сторони топ-менеджерів	Визначення рівня підтримки маркетингу керівниками. Маркетингом продукції повинні займатися всі співробітники компанії.
5. Відділ маркетингу	Чи існує відділ маркетингу на підприємстві? Якщо так, то як він побудований?
6. IT-інфраструктура	Чи є CRM система і наскільки вона розвинена?
7. Рівень інтеграції даних	Наскільки дані про компанію дають нам повну картину про те, що відбувається.
8. Рівень обліку досвіду користувача	Наскільки ми ведемо комунікацію зі споживачем.

Дана матриця дозволяє визначити, на якому рівні знаходиться компанія, чи збалансовані критерії, що потрібно покращити, впровадити, та детермінувати перспективи подальшого розвитку.

Перелік посилань

1. Москаленко В. А., Рябченко І. С. Інновації як об'єкт маркетингу [Електронний ресурс] / Москаленко В.А., Рябченко І.С. // Ефективна економіка. – 2021. – № 8. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9163>
2. Jones C. I. Paul Romer: Ideas, nonrivalry, and endogenous growth // The Scandinavian Journal of Economics. – 2019. – Т. 121. – №. 3. – С. 859-883. Режим доступу: <https://web.stanford.edu/~chadj/RomerNobel.pdf>.

Сенченко С. В., здобувач вищої освіти гр. ОА-181
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)
Науковий керівник – Гнедіна К. В., канд. екон. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

В нинішніх умовах жорсткої конкуренції, за активізації впровадження різних інноваційних технологій, нестабільності економіки, росту інфляції та дії інших факторів, одним з яких виступають безпосередньо наслідки пандемії, перед підприємствами постає питання впровадження нових ефективних важелів управління фінансово-економічною діяльністю, одним з яких є бюджетування, без організації та впровадження в дію якого наразі не є можливим досягнення поставлених цілей діяльності підприємства, включаючи найголовнішу – максимізацію прибутку та мінімізації витрат. Аспектам впровадження бюджетування, його сутності, методам приділили увагу багато вчених, як вітчизняних, так і зарубіжних, серед яких: М.Д. Білик, А.М. Ткаченко, Джойл Г. Сігел, Т.О. Пожуєва, А.М. Крючков, Н.І. Рудик, І.О. Бланк, Н.А. Іщенко, Джай К. Шим, Н.М. Дробот та інші.

Під бюджетуванням розуміють технологію управління, використання якої забезпечує підвищення відповідальності кожного керівника відповідного підрозділу управління підприємства за фінансові результати та досягнення цілей очолюваними ними структурними підрозділами [1, с. 27]. Бюджетування являє собою процес складання бюджетів та безпосередньо контроль за їх виконанням, а бюджет - затверджений відповідними документами план доходів та витрат, як в цілому по підприємству, так і окремо по його підрозділам.

Звертаємо увагу, що лише розуміння важливості бюджетування та бажання його впровадження є недостатнім. Адже, на шляху до його ефективного впровадження є чимало перешкод, які на першому етапі, як відмічає дослідниця Т.О. Пожуєва, полягають у визначенні цілей діяльності суб'єкта господарювання, встановленні необхідності планування бюджету, його доцільного введення в дію [2, с. 73], а також безпосередньо організації заходів щодо його впровадження, відсутності чіткого переліку його складових, виділення коштів на його запровадження й функціонування та інше.

Не менш важливим фактором виступає відбір відповідального, компетентного персоналу. На малих підприємствах, де функції бюджетування виконує бухгалтер, який не має змоги виконувати в повній мірі як свої безпосередні функції, так і функції щодо управлінського обліку, а наймати окрему людину задля ведення управлінського обліку немає вільних коштів, контроль виконання запланованих бюджетів переходить на другорядний план. Варто зауважити, що нині важливим питанням є обізнаність і професіоналізм бухгалтерів не тільки у сфері бухгалтерського обліку, а й у сфері управлінського обліку. А отже, дуже вдалим рішенням виступає впровадження та проведення (на базі підприємства чи поза ним) різного спрямування підготовчих курсів, тренінгів задля підвищення кваліфікації персоналу в сфері

управлінського обліку. Більші підприємства мають персонал, який безпосередньо займається впровадженням бюджетування, що створює можливість розробки бюджетів, які несуть максимально високий рівень інформації для прийняття рішень.

Особливості процесу бюджетування передбачають його короткостроковість, в основному до 1 року, достатньо високий рівень конкретизації, його внутрішню спрямованість, а також те, що бюджет безпосередньо має бути пов'язаним з контролем та аналізом відхилень [3, с. 129].

Бюджетування виступає періодичним процесом прийняття рішень, виходячи з аналізу «план - факт», тобто причин відхилення фактичних показників від планових, тому його суть відображено у рамках управління за відхиленнями. На рис. 1 відображено послідовність здійснення бюджетування.

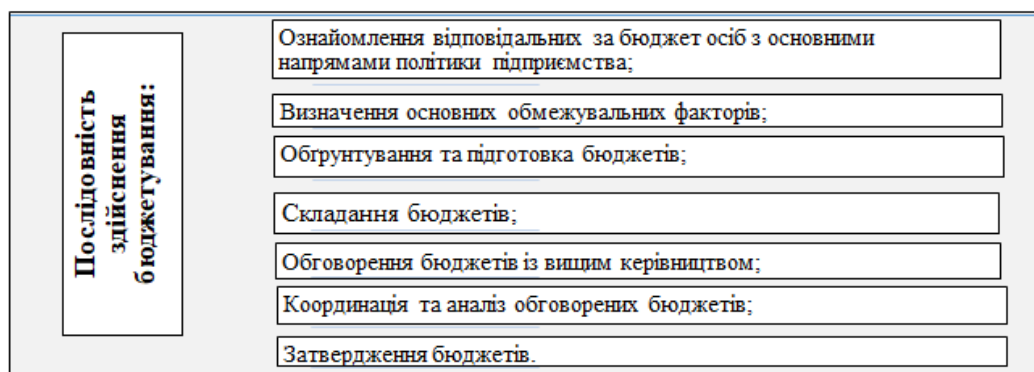


Рисунок 1. Послідовність здійснення бюджетування

Джерело: розроблено автором на основі [5].

Задля здійснення дієвого управління на підприємстві, бюджетування повинне проходити через усі складові етапи процесу управління [4, с. 179]. Автор Я.В. Волковська пропонує проведення аналізу «що – якщо», тобто, на її думку, важливим є створення альтернативних дієвих варіантів для передбачення ризиків в майбутньому та підготовка системи дій щодо усунення будь-якого форс-мажору чи відхилення від плану [5, с. 158]. На рис. 2 представимо базові підходи щодо розробки системи бюджетів на підприємстві.

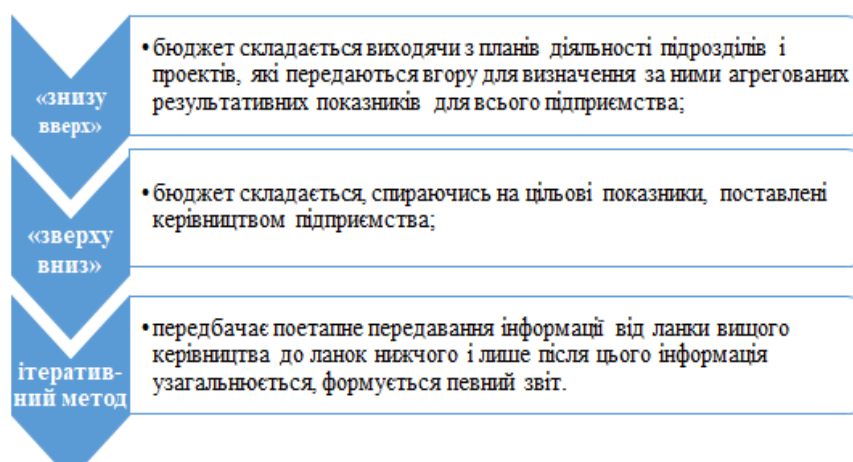


Рисунок 2. Базові підходи до розробки системи бюджетів на підприємстві

Джерело: розроблено автором на основі [5].

Отже, бюджетування сприяє покращенню фінансових результатів шляхом планування діяльності підприємства та прогнозування її ризиків, а також завдяки ефективному використанню ресурсів. Доцільним є впровадження на підприємствах автоматизованого бюджетування, наприклад, з використанням програмного продукту BAS. Переваги запровадження бюджетування можливі лише за умови раціонального визначення центрів відповідальності та контролю за процесом виконання бюджетів.

Перелік посилань

1. Бланк І. А. Управління активами та капіталом підприємства. К. 2003. 44 с.
2. Пожуєва Т. О. Бюджетування як напрямок удосконалення системи управління діяльністю підприємств. Вісник економічної науки України. 2017. № 1. С. 73–77.
3. Гомонай І. В. Бюджетування як інструмент управління підприємством в сучасних ринкових умовах. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2009. № 7(2). С. 128-135
4. Фісуненко П. А. Роль бюджету та процесу бюджетування в управлінні підприємством. Молодий вчений. 2016. № 5. С. 178-181.
5. Колісник М. В., Балик У. О. Бюджетування як шлях до ефективного управління URL: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/81.pdf>
6. Волковська Я. В. Управлінський облік витрат операційної діяльності підприємств готельно-ресторанного комплексу: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит»; Харк. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця, Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. Харків, 2018. 395 с.

Сидорчук А. В., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ,
artemsudorчук2019@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

ПЛАН-МЕНЮ

Багато сучасних підприємств організовують харчування своїх співробітників, що свідчить про турботу керівництва про трудовий колектив. При організації документального оформлення операцій реалізації страв виникають певні труднощі, що пов'язані з змінами законодавства, кваліфікацією працівників бухгалтерії, тощо.

Метою роботи є розгляд особливостей складання плану-меню їдальні, що створена для харчування працівників підприємства.

Основним етапом оперативного планування в закладі харчування є складання плану-меню завідувачем виробництва напередодні запланованого дня (не пізніше 15-ї год.) і затвердження його директором підприємства [1, с. 325]. Цей документ має містити найменування, номери рецептур і кількість страв із зазначенням термінів приготування їх окремими партіями з урахуванням споживчого попиту. Як свідчить практика, підприємства використовують різні бухгалтерські програми для автоматизації обліку, тому план-меню виглядає по-різному. Зразок заповнення розрахунку розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення плану-меню

ТОВ «Олена»

Підприємство

ПЛАН-МЕНЮ № 25 від 07 лютого 2021 р.

Складено за роздрібними цінами

№	Страва та гарнір					Кількість	Ціна
	Найменування та коротка характеристика	код	Норма, кг	Номер страви по збірнику рецептур	Вихід однієї страви, г		
1	Чай з цукром					20	2,00
	І т. д.						
	Всього						

Завідувач виробництвом Модестович Модестович В. М.

підпис

ПІБ

Джерело : складено автором.

Наведено в таблиці 1 кількість та ціну реалізованих страв беремо зі звіту касового апарату за робочий день. В результаті заповнення маємо інформацію про реалізацію страв кухні, що працює на підприємстві, працівникам.

Правильне документальне оформлення реалізації страв працівникам свідчить про високу кваліфікацію бухгалтерів, причетних до організації харчування персоналу підприємства.

Перелік посилань

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підручник. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Уляницька В. С., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ
vulyanitkaya@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»
protasov.v@ukr.net

СОБІВАРТІСТЬ ПОСЛУГ ЛЕГКОВОГО ТРАНСПОРТУ

На кожному підприємстві правильне ведення обліку та достовірне визначення собівартості виконаних легковим транспортом робіт та наданих послуг має важливе значення для розрахунку собівартості продукції основних цехів, адміністративних та інших витрат.

Метою роботи є розгляд особливостей обліку та розподілу витрат по легковому транспорту підприємства.

Роботу автотранспорту обліковують за допомогою подорожніх листів. Подорожній лист виписують в одному примірнику до виїзду автомобіля на лінію і видають водію під розписку у журналі реєстрації подорожніх листів при умові, що повернуто подорожній лист за попередній день. Подорожній лист виписують на один день, крім міжміських і міжнародних перевезень [1, с. 281].

Транспортний цех підприємства здійснює роботи по перевезенню сировини та матеріалів від постачальників, деталей та напівфабрикатів власного виробництва між підрозділами підприємства, виконує роботи по обслуговуванню адміністративного персоналу, здійснює доставку готової продукції до покупців, тощо. Розглянемо порядок списання витрат по легковому транспорту пропорційно до пробігу відповідно подорожніх листів. Легковий транспорт підприємства протягом місяця виконував роботи з обслуговування апарату управління підприємства та служби збуту. Розрахунок собівартості послуг легкового транспорту наведемо в наступній таблиці 1.

Таблиця 1 – Розрахунок витрат транспортного цеху

Розрахунок собівартості робіт, виконаних легковим автотранспортом

№	Показники	В дебет	Км	Сума, грн.
1	Фактичні витрати по утриманню транспорту			280000
2	Обсяг виконаних робіт		10000	
3	Кількість робіт, що підлягає калькулюванню		10000	
4	Фактична собівартість послуг, що калькулюються			280000
5	Адміністративні витрати	92	6000	168000
	Витрати по збуту	93	4000	112000
	Разом			280000

Джерело: складено автором

Списання витрат проведено пропорційно до загальної кількості кілометрів пробігу легкових транспортних засобів.

Достовірна інформація про визначення собівартості продукції, робіт, послуг легкового транспорту на кожному підприємстві важлива для правильного визначення величини витрат.

Перелік посилань

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Федченко А. В., студентка гр. ЗММРп-201

Національний університет «Чернігівська політехніка», alinafedchenko14@gmail.com

Науковий керівник: Рябова Т. А., канд. екон. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», riabova_tetiana@ukr.net

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БАНКОМ

Маркетингові дослідження споживачів в системі управління банком мають створювати інформаційну основу для планування всієї маркетингової діяльності, сприяти утриманню позицій та збільшенню обсягів надання банківських послуг [1].

“Приватбанк” проводить дослідження споживачів за певними напрямками: загальний розмір та склад цільових ринків, їх динаміка; вивчення характеристик окремих груп клієнтів, вивчення залучення до споживання продуктів банку; також це оцінка задоволеності клієнтів рівнем обслуговування в “Приватбанку”.

Інформація маркетингових досліджень значною мірою впливає на можливість реалізувати намічені дії щодо посилення конкурентних переваг банку, утримання лояльності споживачів до банківських продуктів під брендом “Приватбанк”.

На тактичному рівні маркетингові дослідження споживачів “Приватбанку” забезпечують процес реалізації стратегії посилення конкурентних переваг.

Для реалізації таких проектів “Приватбанк” використовує низку засобів. Зокрема, це цифрова платформа банку, а саме дослідження через мобільний додаток “Приват24”, використання e-mail маркетингу, чат-ботів, даних рекламних кабінетів “Google Ads”, “Facebook Ads” та “Google Analytics”. Також “Приватбанк” використовує спеціальні дослідницькі проекти - глибинні інтерв'ю зі споживачами та дослідження на основі Big Data спільно з міжнародними платіжними системами [2].

Постійне вдосконалення процесів дослідження споживачів потребує розробки відповідної стратегії, яка передбачає розподіл ресурсів, планування за етапами дослідження та конкретні заходи вивчення споживачів.

Слід зазначити, що, не знаючи свого споживача, неможливо створити продукт, який його залучить до компанії чи бренду. Отже, складання портрета клієнта є дійсно корисним інструментом маркетингу, що дозволяє не тільки збільшити прибуток компанії, але і максимально задовольнити потреби потенційних споживачів.

Переглядати та доповнювати “портрет клієнта” слід один-два рази на рік, також необхідно постійно слідкувати за розвитком аудиторії банку та її потребами [3]. Чим докладніше будуть зібрані характеристики клієнта, тим краще банк зможе опрацювати свій продукт відповідно до потреб ринку, а також швидше залучити споживачів до використання банківського продукту та допомогти їм вирішувати бізнесові проблеми. Якщо виходити з того, що хоча б 10 % результату діяльності банку буде обумовлено результатами маркетингових досліджень, то реалізація проекту “портрет споживача” та застосування інших даних досліджень дозволить підвищити ефективність маркетингових заходів на 17,3 пункти.

Перелік посилань

1. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей [Текст] / Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. 10-е изд; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2007. - 944 с.

2. Акціонерне товариство комерційний банк "Приватбанк". Річний звіт. 31 грудня 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://static.privatbank.ua/files/Річний+звіт+за+2020+p.pdf>.

3. Веселов В. Как составить портрет клиента и где брать данные [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://sendpulse.com/ru/blog/portrait-of-a-customer>.

Шатило М. М., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ
m.shatylo@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

МЕНЮ-ВИМОГА

Добросовісне відношення до документального оформлення руху продуктів, витрачених на приготування страв, є важливою умовою роботи шкільної їдальні.

Метою роботи є розгляд особливостей заповнення меню-вимоги на видачу продуктів в закладі загальної середньої освіти.

Енергетична та поживна цінність їжі (вміст макро- і мікронутрієнтів) у закладах дошкільної, загальної середньої освіти та інших закладах освіти, що провадять освітню діяльність на певному рівні (рівнях) повної загальної середньої освіти, дитячих закладах оздоровлення та відпочинку (далі - заклади) повинна відповідати загальним віковим потребам здобувачів освіти/дітей згідно з нормами фізіологічних потреб в основних харчових речовинах та енергії, визначеними МОЗ [1].

Особливістю документального оформлення господарських операцій по калькулюванню собівартості страв шкільної їдальні є застосування меню-вимоги на видачу продуктів. Зразок заповнення меню-вимоги на день розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1- Зразок заповнення меню-вимоги

ЗАТВЕРДЖУЮ

(підпис керівника підприємства)

_____ 202__ р.

МЕНЮ – ВИМОГА НА ВИДАЧУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ “10” листопада 202__ р.

МЕНЮ	к-ть чол	Найменування та кількість продуктів харчування, що підлягають закладці							
		Картопля	Макарони	Цибуля	Морква	Олія	Сіль	Лист лав	Всього
Суп вермішелевий 0-63	318	34,09	3,18	3,82	3,97	0,57	0,79	0,0032	
І т. д.									
Разом до видачі, кг		34,09	3,18	3,82	3,97	0,57	0,79	0,0032	
Ціна:		4,30	10,89	7,07	10,00	50,00	5,00	162,00	
Сума:		146,59	34,63	27,02	39,70	28,50	3,95	0,52	

Джерело: складено автором

В таблиці 1 наведено, як приклад, одну страву з декількох, що є в меню школи. Тому реальна таблиця має більше інформації про страви та продукти.

Правильне документальне оформлення витрачених продуктів свідчить про високий професійний рівень працівників, причетних до організації харчування здобувачів освіти.

Перелік посилань

1. Про затвердження норм та порядку організації харчування у закладах освіти та дитячих закладах оздоровлення та відпочинку: Постанова КМУ від 24.03.2021 № 305. Дата оновлення: 01.09.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 08.12.2021).

Шевчук Н. С., здобувач освіти

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ
ssheva2805@gmail.com

Науковий керівник: Протасов В. В., викладач

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»,
protasov.v@ukr.net

АКТ РЕАЛІЗАЦІЇ

Документальне оформлення реалізації страв має важливе значення для визначення доходів підприємств, причетних до організації харчування.

Особливостям організації бухгалтерського обліку та визначенню доходів від реалізації виготовленої продукції присвятили свої праці Бутинець Ф.Ф., Василенко Ю.А., Даньків Й.Я., Крупка Я.Д., Лишиленко О.В. та багато інших. Але потребує подальших досліджень документальне оформлення реалізації страв в кафе.

Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення акту реалізації страв в невеличкому кафе.

Акт реалізації призначений для визначення величини торгової виручки та собівартості реалізованих страв [1, с. 254]. **Особливості заповнення:** акт про реалізацію і відпуск виробів кухні складає щодня завідуючий виробництвом на підставі касових чеків, абонементів, талонів та інших документів. Зразок заповнення акту розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зразок заповнення акту реалізації

_____ Кафе «Вікторія»
організація
_____ Кафе «Вікторія» (бар)
структурний підрозділ
_____ Каса (каса 1)
точка продажів

ЗАТВЕРДЖУЮ
Керівник _____
посада _____
підпис _____

АКТ РЕАЛІЗАЦІЇ № 25 від 03 лютого 202_ р.

Код	Найменування	Кіл-ть, шт	Готовий виріб					За обліковими цінами виробниц	
			Ціна продажу	Сума	Ставка ПДВ	Сума без ПДВ	Сума ПДВ	Собівартість за одиницю	Сума
1	Чай з цукром	10	5,00	50,00	0	50,00	0	2,00	20,00
	І т д								
	Разом		х		х			х	

Джерело: Складено автором

Особливістю документа, наведеного в таблиці 1, є визначення вартості реалізованих страв за продажними цінами та цінами придбання. Акт формується з використанням комп'ютерної програми, що призначена для ведення обліку в закладі ресторанного господарства. Ціни кожної страви беремо з калькуляційної картки.

Правильне документальне оформлення реалізації страв сприяє достовірному визначенню доходів, витрат та валового прибутку закладу ресторанного господарства.

Перелік посилань

1. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

Підсекція 4: Право

Іваньков І. В., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», kriminal409@ukr.net

Берднік С. С., студентка групи КЮ-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», snejana.2002@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ДОСУДОВОЇ ДОПОВІДІ НЕПОВНОЛІТНІХ

На сьогодні однією з актуальних проблем ювенального правосуддя є забезпечення безперервності та реалістичності виховного процесу в умовах кримінального провадження. Для отримання якісної індивідуальної профілактики кримінальних правопорушень серед неповнолітніх правопорушників на стадії кримінального провадження обов'язково повинна вивчатися їх особистість. Це прямо витікає із змісту норми, що викладена у ч. 1 ст. 103 Кримінального кодексу України, яка вимагає при призначенні покарання неповнолітньому враховувати «умови його життя та виховання, вплив дорослих, рівень розвитку та інші особливості особи неповнолітнього» [1]. Обов'язок визначити ці особливості та в узагальненому вигляді надати судді за його ухвалою покладається на уповноважені органи з питань пробації, які у процесі досудової пробації забезпечують суд «формалізованою інформацією, що характеризує обвинуваченого, з метою прийняття судом рішення про міру його відповідальності» [2]. Ця інформація має форму досудової доповіді.

Метою досудової доповіді є надання судді попереднього матеріалу для винесення справедливого вироку за рахунок не лише аналізу інформації про вчинене кримінальне правопорушення, але й вивчення максимально достовірних відомостей про особу, яка обвинувачується у його вчиненні, про обставини її життя, які могли стати передумовами асоціальної поведінки, а також про необхідні заходи, що їх пропонує уповноважений орган пробації для усунення негативного впливу таких обставин.

Досудова доповідь спрямована на встановлення наявних соціальних, психологічних та економічних потреб неповнолітнього обвинуваченого, складається з урахуванням його вікових та психологічних особливостей, незалежно від тяжкості вчиненого злочину. Як зазначає О. Сні, до особливостей формування досудової доповіді відносяться чотири складових: 1) час складання - до ухвалення вироку; 2) суб'єкт, до якого застосовується – обвинувачений (а не засуджений); 3) ініціатор та суб'єкт застосування – суд (за участю учасників судового провадження); 4) рекомендаційний характер [3, с. 43].

Л.І. Олефір пропонує включати до досудової доповіді наступні дані:

- соціально-психологічну характеристику неповнолітнього обвинуваченого: статус (рівень освіти, розмір доходу, рід занять, характеристики з місця навчання, роботи тощо), дані про соціально-побутові умови та оточуюче середовище;
- загальну інформацію про стан здоров'я (власну думку про стан здоров'я неповнолітній подає за власним бажанням);
- оцінку ризиків вчинення повторного кримінального правопорушення;
- рекомендації щодо заходів, спрямованих на мінімізацію ризиків вчинення неповнолітніми повторних кримінальних правопорушень;
- інформацію про вплив криминогенних факторів на поведінку неповнолітніх [4, с. 206-207].

Нам вважається, що при підготовці інформації про вплив криминогенних факторів на поведінку неповнолітніх слід прийняти до уваги, що основними психологічними потребами неповнолітнього у віці від 14 до 18 років є прагнення до спілкування з однолітками та отримання від них схвальної оцінки власної поведінки (незалежно від того, є вона позитивною або протиправною); бажання самостійності і незалежності у діях та судженнях; визнання рівності власних суб'єктивних прав із правами дорослих членів оточуючого середовища.

Особливістю досудової доповіді є той факт, що її висновок сприймається судом лише до уваги, а отже, не може використовуватися у якості доказу винуватості (або невинуватості) у вчиненні кримінального правопорушення неповнолітнім. Однак, якщо в суді буде доведено вину неповнолітнього обвинуваченого, досудова доповідь надає суду можливість прийняти справедливе рішення щодо міри покарання.

Як зазначається у Законі України «про пробацію» пробація щодо неповнолітніх здійснюється органом пробації комплексно, тобто спільно з органами і службами у справах дітей, спеціальними установами та закладами, що здійснюють їх соціальний захист і профілактику правопорушень [2]. У національних офісах пробації діє сектор ювенальної пробації, який є уповноваженим органом з питань пробації, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері пробації щодо неповнолітніх, однією із з функцій якого є забезпечення судів інформацією, що характеризує неповнолітнього обвинуваченого.

Інспектор сектору ювенальної пробації зобов'язаний здійснювати підготовку досудової доповіді про обвинуваченого неповнолітнього відповідно до ухвали суду. Він є незалежною, неупередженою особою, яка надає суду необхідну інформацію про неповнолітнього обвинуваченого, використовуючи спеціальну методику; проводить дослідження його психологічної характеристики, соціального оточення з метою з'ясування факторів ризику вчинення кримінального правопорушення. Інспектор сектору ювенальної пробації встановлює кримінальну історію неповнолітнього, умови виховання, відносини у сім'ї, житлові умови, фінансовий стан, спосіб проведення вільного часу, наявність алкогольної або наркотичної залежності, оцінює ризики повторного вчинення кримінального правопорушення тощо. Він також узагальнює та аналізує інформацію про неповнолітніх засуджених для визначення їх потреб у наданні соціально-педагогічних, соціально-медичних, соціально-економічних, психологічних, юридичних та інформаційних послуг; визначає оцінку ризиків вчинення кримінальних правопорушень неповнолітніми особами, з'ясовує криміногенні фактори, що впливають на поведінку неповнолітніх осіб, та розробляє план індивідуальної роботи з ними, який сприятиме мінімізації ризику вчинення нових правопорушень [5].

Практично у всіх європейських країнах, а також у Канаді та США у структурі служби пробації обов'язково існують підрозділи, що виконують тотожні завдання і спеціалізуються на здійсненні кримінального нагляду за неповнолітніми.

Отже, з огляду на викладене, слід дійти висновку щодо наявності в системі вітчизняної ювенальної юстиції законодавчо визначеної процедури дослідження особистості неповнолітнього обвинуваченого для сприяння суду у прийнятті обґрунтованого рішення про вид і міру покарання при ухваленні обвинувального вироку.

Перелік посилань

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
2. Закон України «Про пробацію» від 05.02.2015 р. № 160-VIII [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/160-19#Text>
3. Єні О. Досудова доповідь у судовому кримінальному провадженні / О. Єні // Науковий часопис Національної академії прокуратури України. - 2017. - № 2(14). - С. 42–50.
4. Олефір Л.І. Правова основа діяльності органу пробації щодо неповнолітніх засуджених / Л. І. Олефір // Право і суспільство. - 2015. - №6-2. - С. 206-211.
5. Наказ Міністерства юстиції України «Про затвердження Типового положення про сектор ювенальної пробації» від 18.08.2017 р. № 2649/5 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1031-17#Text>

Марущак Н. В., канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедри правоохоронної діяльності та загальноправових дисциплін
Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів
Холзакова О. В., студентка 2 курсу, групи ПД-201, юридичного факультету
Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій
Національного університету «Чернігівська політехніка», м. Чернігів

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАПОБІГАННЯ ТА ПРОТИДІЇ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

На сьогодні в Україні зросла кількість випадків домашнього насильства – це пов'язано не лише з епідемічною ситуацією в країні. Щороку від насильства в Україні страждає понад 150 тисяч жінок. За даними Нацсоцслужби, лише за I півріччя 2021 року від жінок надійшло 86 955 звернень з приводу домашнього насильства (для порівняння: 14 564 звернення надійшло від чоловіків та 1778 – від дітей) [1]. На жаль, статистика випадків насилля в сім'ї критична і не відбиває реального стану, на практиці таких випадків набагато більше.

Насильство в сім'ї є однією з найбільш розповсюджених форм порушення прав людини. У більшості випадків протиправні дії проти когось із членів родини супроводжуються актами агресії, приниження та жорстокої поведінки. Подібні дії з боку насильника приводять до негативного фізичного, психічного та соціального стану здоров'я постраждалої особи чи кількох осіб, членів цієї родини. Як правило, найбільше страждають від сімейного насильства жінки, діти та люди похилого віку [2, с. 30].

Питання насильства в сім'ї з огляду на значне поширення цього явища в суспільстві слід розглядати як масштабну проблему, вирішення якої безпосередньо залежить від якості правового регулювання, чіткої та злагодженої роботи державних органів щодо забезпечення прав і свобод людини, суспільного порядку та безпеки, розроблення механізмів профілактики та протидії цьому явищу.

Україна долучилась до цілої низки міжнародних договорів, прийнятих на рівні ООН, які закріплюють принципи протидії домашньому насильству, але тільки з прийняттям 7 грудня 2017 року Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» державою були сформульовані основні організаційно-правові засади запобігання та протидії домашньому насильству, основні напрями реалізації державної політики у сфері запобігання та протидії домашньому насильству, спрямовані на захист прав та інтересів осіб, які постраждали від насильства. Крім даного закону окремі питання проблематики домашнього насильства врегульовуються Цивільним кодексом України, Сімейним кодексом України, Кримінальним кодексом України, Кодексом України про адміністративні правопорушення, а також Законами України: «Про охорону дитинства», «Про державну допомогу сім'ям з дітьми», «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», «Про протидію торгівлі людьми» та іншими актами. На жаль, наявність такої кількості нормативно-правових актів не впливає суттєво на статистичні дані щодо домашнього насильства, що свідчить про неефективність законодавства та державних засобів запобігання та протидії домашньому насильству.

Сприятливими факторами поширення домашнього насильства, на наш погляд, є: маргіналізація суспільства, зміна свідомості молодого покоління, переоцінка фундаментальних моральних цінностей, розрив духовних та моральних зв'язків між поколіннями, соціальна напруженість у суспільстві, стрімкий розвиток інформаційних технологій і безконтрольне розповсюдження різноманітної негативної інформації, кризові явища в соціально-економічній сфері, наявність певних стереотипів («б'є, значить любить»), котрі виправдовують застосування домашнього насильства, безкарність, алкоголізм та наркоманія, нездатність державних органів державних органів вирішити кризові ситуації в сімейно-побутовій сфері тощо [3, с. 21].

Кожна держава створює, відповідно до викликів, свій механізм протидії домашньому насильству, як одному з найпоширеніших порушень прав людини. Особливе місце в цьому механізмі займають органи, котрі за своїми повноваженнями сприяють виявленню та припиненню фактів домашнього насильства. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» у ст. 6 визначає, які суб'єкти здійснюють заходи у сфері запобігання та протидії домашньому насильству. А саме: спеціально уповноважені органи у сфері запобігання та протидії домашньому насильству; інші органи та установи, на які покладаються функції із здійснення заходів у сфері запобігання та протидії домашньому насильству; загальні та спеціалізовані служби підтримки постраждалих осіб; громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах[4].

Отже, закон створює законодавче підґрунтя для роботи існуючих та створення нових органів здатних захистити найбільш незахищені верстви (дітей, жінок, людей похилого віку), відповісти на виклики часу, запровадити дієві сучасні сімейні, соціальні та кримінологічні політики, здатні убезпечити населення від негативних проявів домашнього насильства, надати допомогу жертвам та покарати винних.

Перелік посилань

1. Мінсоцполітики розробило проект Типової програми для постраждалих від домашнього насильства та / або насильства за ознакою статі осіб, а також проект змін до Типової програми для кривдників URL: <https://www.msp.gov.ua/news/20575.html>.

2. Воронова О. В. Спеціальні заходи щодо протидії домашньому насильству. Організаційно-правові засади запобігання домашньому насильству: реалії та перспективи: матеріали круглого столу, 31 травня 2019 р. / за ред. О. П. Рябчинської. Запоріжжя: КПУ, 2019. 174 с. С. 30-33.

3. Андрушко А. В. Незаконне позбавлення волі як вид домашнього насильства (кримінологічний аспект). Організаційно-правові засади запобігання домашньому насильству: реалії та перспективи: матеріали круглого столу, 31 травня 2019 р. / за ред. О. П. Рябчинської. Запоріжжя: КПУ, 2019. 174 с. С. 18-22.

4. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 7 грудня 2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text>.

Марущак Н. В., канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедри правоохоронної діяльності та загальноправових дисциплін

**Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів
Павлова С., студентка 2 курсу, групи ПД-201, юридичного факультету**

**Н Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій
Національного університету «Чернігівська політехніка», м. Чернігів**

ЩОДО ПОНЯТТЯ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА

Насильство в сім'ї – глобальна проблема. Насильство щодо членів родини в домашніх умовах - серйозне порушення прав людини, серйозний злочин проти особистості. Згідно п. 3 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» домашнє насильство – діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, що вчиняються в сім'ї чи в межах місця проживання або між родичами, або між колишнім чи теперішнім подружжям, або між іншими особами, які спільно проживають (проживали) однією сім'єю, але не перебувають (не перебували) у родинних відносинах чи у шлюбі між собою, незалежно від того, чи проживає (проживала) особа, яка вчинила домашнє насильство, у тому самому місці, що й постраждала особа, а також погрози вчинення таких діянь [1].

Відповідно до ст. 126¹ Кримінального кодексу України домашнім насильством визначається умисне систематичне вчинення фізичного, психологічного або економічного насильства щодо подружжя чи колишнього подружжя або іншої особи, з якою винний перебуває (перебував) у сімейних або близьких відносинах, що призводить до фізичних або психологічних страждань, розладів здоров'я, втрати працездатності, емоційної залежності або погіршення якості життя потерпілої особи [2].

Одним з найпоширеніших видів насильства є фізичне насильство, яке може проявлятися в нанесенні ударів, побоїв, поранень і в іншому впливі на зовнішні покриття тіла людини шляхом застосування фізичної сили, холодної та вогнепальної зброї або інших предметів, рідин, сипучих речовин і т. п., а також у впливі на внутрішні органи людини без пошкодження зовнішніх тканин, шляхом отруєння або обпоювання одурманюючими засобами, кидання предметів, обмеження реалізації фізичних потреб (їжа, сон), обмеження свободи пересування, відмови у допомозі при хворобі або травмі. Крайньою формою фізичного насильства є тортури, заподіяння тяжкої шкоди здоров'ю, нанесення травм, несумісних з життям [3, с. 76].

Підвидом фізичного насильства являється сексуальне насильство, яке вчиняється у формі зґвалтування, тобто статевих зносин із застосуванням фізичного насильства або з використанням безпорадного стану потерпілої особи, насильницького задоволення статевої пристрасті неприродним способом – будь-які дії сексуального характеру (крім природного статевого акту), які здатні задовольнити статево пристрасть особи. До них відносимо лесбійство, мужолозтво, аногенітальний контакт, орогенітальний контакт, сурогатні форми статевих зносин, які імітують природний статевий акт, садистські дії сексуального характеру, сексуальний мазохізм [4, с. 366].

Економічне насильство виявляється в умисному позбавленні житла, їжі, одягу, іншого майна, коштів чи документів або можливості користуватися ними, залишенні без догляду чи піклування, перешкоджанні в отриманні необхідних послуг з лікування чи реабілітації, в забороні працювати, примушуванні до праці, забороні навчатися та інших правопорушеннях економічного характеру.

Характеризуючи домашнє насильство як вид злочину, варто назвати основні його ознаки.

Перш за все, це наявність особисто-побутових відносин, що склалися між винним і потерпілим до вчинення злочину (об'єктом посягання виступають захищені кримінальним законом суспільні відносини по забезпеченню найцінніших фізичних благ – життя й здоров'я особи).

Насильницькі дії здійснюються з прямим або непрямим умислом, при цьому особа може бажати настання наслідків (позбавлення життя, заподіяння болю, образи, фізичного сорому) або відноситися до наслідків байдуже, бажаючи тільки настання результату (підпорядкування, покарання або захисту).

Наслідки таких дій виникають при застосуванні фізичного або психічного насильства у вигляді позбавлення життя, заподіяння болю, образи або фізичного сорому.

Цілями застосування насильства є бажання підпорядкувати собі інших членів сім'ї, покарати їх за «непослух», досягнення певної (сексуальної, поведінкової і т. п.) цілі або захист від застосовуваного насильства щодо себе або інших членів сім'ї.

Аби вчасно виявити домашнє насильство та запобігти тяжким наслідкам насильства, варто вміти виявляти ознаки та вчасно повідомляти до відповідних органів: дільничного офіцера поліції, кримінальної поліції у справах дітей, центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, управління сім'ї та молоді районної, міської чи обласної держадміністрацій, громадських організацій, які надають допомогу постраждалим від насильства та до центрів з надання безоплатної правової допомоги.

Отже, домашнє насильство – не лише особиста справа. Домашнє насильство як вид злочину зазвичай відбувається на системній основі, при цьому злочинець має повну владу та контроль над жертвою, дії насильника спрямовані на близьку людину і мають тривалу дію у часі. Тому варто розробити механізм щодо виявлення, фіксування та дослідження даних щодо злочинів, які пов'язані з насильством в сім'ї.

Перелік посилань

1. Про запобігання та протидію домашньому насильству: Закон України від 7 грудня 2017 р. 12.2017 № 2229-VIII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text> (дата звернення: 20.11.2020).
2. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001 р. № 2341-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 20.10.2021).
3. Наказ Міністерства внутрішніх справ України від 01.08.2018 № 654 «Про затвердження Порядку винесення уповноваженими підрозділами органів Національної поліції України термінового заборонного припису стосовно кривдника». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0965-18#Text> (дата звернення 11.10.2021)
4. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України від 5 квітня 2001 року / За ред. М. І. Мельника, М. І. Хавронюка. Київ : Каннон, А.С.К., 2001. 1104 с.

Марущак Н. В., канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедри правоохоронної діяльності та загальноправових дисциплін
Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів
Ромащенко К., студентка 2 курсу, групи ПД-201, юридичного факультету
Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій
Національного університету «Чернігівська політехніка», м. Чернігів

ЮРИДИЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ПОЛІЦІЇ

Дотримання Конституції України, законів України, службової дисципліни, прав та свобод громадян є головним завданням працівників Національної поліції України. За неналежне виконання своїх обов'язків, працівники поліції притягуються до юридичної відповідальності. Юридична відповідальність поліцейських виступає гарантією належного виконання ними службових повноважень, дотримання режиму законності та додержання дисциплінарного порядку.

Юридична відповідальність виступає фундаментальним та системоутворюючим інститутом у праві сучасної України, вона сприяє формуванню серед населення поваги до закону, стимулює правомірну поведінку суб'єктів суспільних відносин, тобто є найважливішим засобом законності та правопорядку, який є істотним фактором розбудови України як правової держави [1, с. 268]. Притягнення поліцейських до юридичної відповідальності є гарантією належного виконання своїх обов'язків та забезпечення законності під час виконання покладених на нього завдань. Юридична відповідальність поліції має низку особливих ознак та рис.

Юридична відповідальність, як елемент правового статусу працівників поліції, який виникає з моменту надходження на службу, являє собою важливий засіб забезпечення законності, який забезпечує ефективну діяльність поліцейських та додержання трудової дисципліни. Також, слід зазначити важливий момент, якщо поліцейський не під час перебування на службі вчинив протиправні діяння, то він буде притягнутий до юридичної відповідальності як звичайна особа, а не поліцейський, який виконував свої обов'язки.

Можна виділити такі особливості юридичної відповідальності, характерні для працівників поліції:

1) поліцейські як особи, які перебувають на державній службі, виконують певні функції, завдання, в першу чергу, мають найвищий рівень юридичної відповідальності, ніж інші громадяни України;

2) працівники поліції покликані служити суспільству, забезпечувати громадський та публічний порядок, протидіяти злочинності, на основі цього мають конкретний специфічний та дещо ширший обсяг підстав юридичної відповідальності, ніж загальні суб'єкти права;

3) склад певного правопорушення працівника поліції є специфічним, тобто він пов'язаний з його державно-владними повноваженнями [2, с. 28]. Враховуючі перелічені ознаки, можна сказати, що юридична відповідальність працівників поліції має більший обсяг, ніж юридична відповідальність загальних суб'єктів права та має певні особливі відмінності.

Відповідно до частини 1 ст. 19 Закону України «Про Національну поліцію України» існують такі види юридичної відповідальності поліцейського, а саме: кримінальна, адміністративна, дисциплінарна, матеріальна та цивільно-правова. Відповідно до ч. 2 цієї статті, підстави та порядок притягнення працівників поліції до дисциплінарної відповідальності, насамперед, визначаються Дисциплінарним статутом Національної поліції України [3].

На нашу думку, серед найбільш тяжких наслідків неналежного або повного невиконання службових обов'язків поліцейських є притягнення їх до кримінальної відповідальності. Кримінальна відповідальність настає тільки за вчинення правопорушень з найвищим ступенем суспільної небезпеки, за яку поліцейські можуть бути притягнуті, відповідно нормам Кримінального кодексу України (Далі ККУ) [4]. Так, на сьогоднішній день поширеними кримінальними правопорушеннями вчиненими працівниками поліції визнаються порушення за статтею 365 ККУ «Перевищення влади або службових повноважень працівником правоохоронного органу». Дане правопорушення характеризується умисним вчинення працівником поліції дій, які явно виходять за межі наданих поліцейському прав або повноважень, якщо вони завдали конкретної шкоди охоронюваним законом правам, свободам та законним інтересам громадян, юридичних осіб або самій державі.

Також, на нашу думку, часто поліцейськими вчиняються діяння передбачені статтею 368 ККУ «Прийняття пропозиції, обіцянки або одержання неправомірної вигоди службовою особою», тобто вчинення дій, які активізують зростання корупційного стану в Україні. Корупція дуже поширене явище, яке набирає значних обертів у нашому суспільстві, тому працівники поліції повинні протидіяти та запобігати цьому, а не навпаки, зловживати своїм службовим становищем, щоб отримати для себе матеріальну або іншу вигоду.

Отже, юридична відповідальність працівників поліції – це обов'язок кожного поліцейського, який вчиняє протиправні діяння, зазнати для себе визначених законодавством України негативних наслідків конкретного виду, за конкретні порушення під час виконання своїх службових обов'язків. Найбільш суворим видом відповідальності поліцейського є кримінальна відповідальність, яка дозволяє забезпечувати на високому рівні законність, порядок та довіру населення до правоохоронного органу та правоохоронної системи взагалі.

Перелік посилань

1. Терещук М. М. Позитивна юридична відповідальність в публічному праві: теоретичний аналіз. Молодий вчений. Херсон, 2016. № 7 (34). С. 268-271.
2. Шклярєнко А.М. Юридична відповідальність як елемент правового статусу поліції охорони в Україні. Прикарпатський юридичний вісник. Випуск 2(23) Том 3, 2018. С. 226-229.
3. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 № 580-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19> (дата звернення: 29.11.2021).
4. Кримінальний Кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>.

Керноз Н. Є., старший викладач,
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Ющенко М. С., здобувачка вищої освіти 4 курсу
Національний університет «Чернігівська політехніка»

«КАСАЦІЙНІ ФІЛЬТРИ» ЯК ПЕРЕШКОДИ ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ

Основний Закон нашої держави в п. 8 ч. 2 ст. 129 закріплює основні засади судочинства, однією з яких є забезпечення права на касаційне оскарження судових рішень у визначених законом випадках. Аналогічний принцип міститься в п. 9 ч. 3 ст. 2 Цивільного процесуального кодексу, п. 7 ч. 3 ст. 2 Кодексу адміністративного судочинства, п. 9 ч. 3 ст. 2 Господарського процесуального кодексу (далі – ЦПК, КАС, ГПК) України. Водночас, в кожному з вищевказаних кодексів передбачається така важлива гарантія захисту прав і свобод людини як перегляд судових рішень за нововиявленими обставинами, яка змінена з 15.12.2017 року. Дана гарантія є запасним механізмом захисту прав і законних інтересів фізичних та юридичних осіб.

А відтак, перегляд судових рішень за нововиявленими обставинами можна розглядати як додатковий засіб забезпечення законності судового рішення, а також здійснення ефективного та справедливого правосуддя.

Перегляд судового рішення за нововиявленими обставинами прийнято вважати факультативною стадією судового процесу, яка дає змогу переглянути ухвалене судом рішення, після набрання ним законної сили у разі виявлення істотних обставин, які могли суттєво вплинути на вирішення справи, а також існували на момент ухвалення судового рішення, але не були відомі учасникам судового розгляду. Даний перегляд є особливим видом провадження, який здійснюється за ініціативою учасників справи, осіб, які не брали участі у справі, але щодо яких суд прийняв рішення вирішив питання про їхні права, свободи, інтереси та (або) обов'язки [1].

Загальні показники здійснення правосуддя Великою Палатою Верховного Суду (далі – ВП ВС) за заявами про перегляд судових рішень за нововиявленими обставинами свідчать: протягом I півріччя 2020 р. було подано 10 відповідних заяв, в I півріччі 2021 р. – 4 [2, с. 19]. Проте, такі маленькі показники можуть бути пов'язані з прийняттям Закону України № 460-IX від 15.01.2020 р., яким обмежено право на касаційне оскарження через запровадження «касаційних фільтрів».

У чинному законодавстві відсутнє визначення поняття «касаційні фільтри», що дає науковцям можливість тлумачити їх по-різному: по-перше, як *обов'язковий елемент самообмеження* юрисдикції Верховного Суду[3]; по-друге, як передбачені процесуальним законом *обмеження*, які особі необхідно здолати для отримання доступу до суду касаційної інстанції[4]; по-третє, як процесуальні перешкоди доступу до суду касаційної інстанції, що встановлені законом [5]. Отже, незалежно від точок зору науковців, всі практики погоджуються з тим, що запровадження «касаційних фільтрів» не розвантажило суди касаційної інстанції, не підвищило якість правосуддя та не забезпечило єдності і сталості судової практики як планувалося [6, с. 10].

Чотири виключні підстави які є «касаційними фільтрами» уніфіковано виписані в ч. 2 ст. 389 ЦПК, ч. 4 ст. 328 КАС, ч. 2 ст. 287 ГПК України.

Таким чином, з запровадженням «касаційних фільтрів» ускладнився та обмежився доступ до суду касаційної інстанції, який гарантується на конституційному рівні. Ще до подачі заяви про перегляд судового рішення за нововиявленими або за будь-якими іншими обставинами, особа буде змушена витратити чимало часу на проведення детального аналізу висновків ВС. Адже, у разі якщо при подачі касаційної скарги з підстав відсутності правового висновку у подібних правовідносинах виявиться, що такий висновок існує особі швидше всього буде відмовлено у відкритті касаційного провадження.

Необхідно відмітити, що ВС розуміє, що «занадто формалізоване застосування касаційних фільтрів може призвести до порушення права на справедливий суд та доступ до правосуддя». Однак, одночасно з цим, Касаційний господарський суд ВС відмічає неабсолютність закріпленого в Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод права на доступ до правосуддя. Останнє може обмежуватись законом, виходячи з потреб держави, суспільства чи окремих осіб. Тому, встановлення процесуальних фільтрів не є обмеженням в отриманні судового захисту [7].

Показати «касаційні фільтри» як перешкоди до сталості та єдності правосуддя в Україні спробуємо через суперечливу судову практику щодо визначення суду, до компетенції якого належатиме перегляд судового рішення за нововиявленими обставинами (Табл. 1).

Судова практика ВП ВС 2021 р. містить велику кількість випадків відступлення від правових висновків ВС виключно з правових проблем. Згідно з офіційними даними у I півріччі 2021 р. 43 справи знаходилися на розгляді ВП ВС через необхідність відступити від висновку колегії, палати, об'єднаної палати іншого касаційного суду ВС. За підставами розгляду справ ВП ВС у касаційному порядку однією з категорій найбільш нерозглянутих справ залишилися справи з необхідності відступити від висновку колегії, палати, об'єднаної палати, іншого касаційного суду (21 справа) або висновку ВП ВС (15 справ) [2, с. 9, 14].

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА НТСС-2021

Крім того, у ВП ВС лише за період із 01.09.2021 по 31.10.2021 р. було повернуто на розгляд касаційних судів 3 справи з підстав відступлення від висновку ВС, але 5 справ з цієї ж підстави прийняті до провадження ВП ВС.

Таблиця 1

Перегляд судових рішень за нововиявленими обставинами врегульовано	
главою 3 розділу V ЦПК України	главою 3 розділу III КАС України
<i>Порядок подання заяви про перегляд судового рішення за нововиявленими обставинами</i>	
ст.425 ЦПК України	ст. 365 КАС України
Заява про перегляд судового рішення суду першої інстанції подається до суду, який ухвалив судове рішення, з підстав, визначених	
ч. 2, п.п. 1, 3 ч. 3 ст. 423 цього Кодексу (ч. 1 ст. 425 ЦПК України).	ч. 2, п. п. 1, 2 ч. 5 ст. 361 цього Кодексу (ч. 1 ст. 365 КАС України).
Заява про перегляд судових рішень судів апеляційної і касаційної інстанцій з підстав, зазначених у ч.1 цієї статті, якими змінено або скасовано судове рішення, подається до суду тієї інстанції, яким змінено або ухвалено нове судове рішення	
ч. 2 ст. 425 ЦПК України	ч. 2 ст. 365 КАС України
<i>Висновок Касаційного цивільного суду у складі Верховного Суду (далі - КЦС ВС), викладений у постанові від 15.05.2019 р. (справа № 524/3242/15-ц) полягає у тому, що у разі, коли суд апеляційної інстанції змінив рішення суду першої інстанції у частині розподілу судових витрат, а у решті залишив без змін, судом, який ухвалив рішення по суті спору і до компетенції якого належить здійснення перегляду судового рішення за нововиявленими обставинами, передбаченими п.п. 1, 3 ч. 3 ст. 423 ЦПК України, незалежно від обсягу, змісту, характеру, обставин, через яке відбулося втручання в судове рішення, а тільки тому, що мав факт такого втручання в мотивувальну та/чи резолютивну частину судового акта, є суд апеляційної інстанції, який ухвалив власне змінене рішення, а не суд першої інстанції</i>	<i>Висновок Касаційного адміністративного суду у складі Верховного Суду (далі - КАС ВС), передаючи справу до Великої Палати ВС для відступлення від висновку КЦС у складі ВС, викладеного у постанові від 15.05.2019 р. (справа № 524/3242/15-ц), дійшов висновку, що факт зміни судового рішення першої інстанції у частині позовних вимог дає підстави вважати, що перегляд постанови суду апеляційної інстанції може бути здійснений у зміненій чи скасованій цією постановою частині рішення суду першої інстанції. Тому, оскільки у справі, що розглядається, суд апеляційної інстанції залишив без змін рішення суду першої інстанції про задоволення позову та змінив це рішення лише у частині розподілу судових витрат, судом, який ухвалив рішення по суті спору і до компетенції якого належить здійснення перегляду судового рішення за нововиявленими обставинами з підстав, визначених частиною другою, пунктами 1, 2 ч. 5 ст. 361 КАС України, є суд першої інстанції, який ухвалив рішення по суті спору, а не суд апеляційної інстанції</i>
Висновок Постанови ВП ВС від 03.02.2021 року по справі № 826/20239/16 провадження № 11-314ап20: норми ч.ч. 1,2 ст. 425 ЦПК України уніфіковані за змістом з положеннями ч.ч. 1,2 ст. 365 КАС України: «вказують на однаковий законодавчий процесуальний підхід у вирішенні питання щодо подачі заяви про перегляд судового рішення за нововиявленими обставинами» (п. 10), але ВП ВС, аналізуючи названі підстави для відступлення від висновку КЦС ВС щодо застосування норм права у подібних правовідносинах, які стосуються порядку подання заяви про перегляд судового рішення за нововиявленими обставинами, оскільки у справі, що розглядається, суд апеляційної інстанції залишив без змін рішення суду першої інстанції про задоволення позову та змінив це рішення лише у частині розподілу судових витрат, судом, який ухвалив рішення по суті спору і до компетенції якого належить здійснення перегляду судового рішення за нововиявленими обставинами, є суд першої інстанції, який ухвалив рішення по суті спору, а не суд апеляційної інстанції (п. 16) [1].	

Отже, призначення Верховного Суду як найвищого суду в системі судоустрою України забезпечити сталість, єдність судової практики шляхом однакового застосування норм права судами різних спеціалізацій у порядку та спосіб, визначених процесуальним законодавством мало сприяти розвантаженню судів, оперативному розгляду ними справ через уніфікацію правових позицій у подібних спорах, але запровадження «касаційних фільтрів» Законом України № 460-IX від 15.01.2020 року ускладнило й обмежило для кожної особи гарантоване Основним Законом право на касаційне оскарження судового рішення, чим порушено положення ч. 3 ст. 22 Конституції України, що є неприпустимим.

Перелік посилань

1. Постанова у справі № 826/20239/16. Великої Палати Верховного Суду. URL: <https://zakononline.com.ua/court-decisions/show/95439650> (дата звернення: 10.12.2021).
2. Аналіз стану здійснення правосуддя Великою Палатою Верховного Суду у I півріччі 2021 року. Київ, 2021. 20 с. URL: https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/new_folder_for_uploads/supreme/Analiz_VP_VS_1_2021_2.pdf (дата звернення: 10.12.2021).
3. Луспенник Д. Д. Касаційні фільтри у цивільних справах: плюси та мінуси останніх законодавчих змін: вебінар. Київ, 2020. URL: https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/Kasac_filt.pdf (дата звернення: 10.12.2021).
4. Уркевич В. Ю. Процесуальні фільтри касаційного оскарження судових рішень у господарських справах. Юридична Газета online. 2021. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/sudova-praktika/procesualni-filtri-kasaciynogo-oskarzhennya-sudovih-rishen-u-gospodarskih-spravah.html> (дата звернення: 10.12.2021).
5. Величко О. В., Дудка Т. С. Реформування процесуальних фільтрів доступності до касаційного оскарження судових рішень. International scientific e-journal ЛОГОС. ONLINE. 2020. № 9. URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.09.03.html> (дата звернення: 10.12.2021).
6. Степаненко О. М., Тиліпський Д. В. Касаційні фільтри: оскаржити не можна відмовити. Асоціація адвокатів України. 2020. С. 10-12. № 1. URL: https://equity.law/images/publication/news_name/kasatsiini-filtri.pdf (дата звернення: 10.12.2021).
7. Ухвала Касаційного ГС Верховного Суду від 14.02.2021. № 904/4387/19. URL: <http://iplex.com.ua/doc.php?regnum=94227039&red=100003b50523342204431787a6c761dcbf396e&d=5> (дата звернення: 10.12.2021).

Керноз Н. Є., старший викладач

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Кравченко В. Я., здобувачка вищої освіти 4 курсу

Національний університет «Чернігівська політехніка».

ПРОБЛЕМНІСТЬ ВІДМОВИ ВІД ВИЗНАННЯ ОБСТАВИН У ЦИВІЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

З 15.12.2017 р. суттєво змінені положення Цивільного процесуального кодексу (далі – ЦПК) України щодо підстав звільнення від доказування, зокрема, безспірних обставин як «обставин, які визнаються учасниками справи» та особливих процедурних моментів відмови від їх визнання. Ці нововведення викликають складнощі у процесі правозастосування, тому потребують більш детального дослідження.

У ч. 1 ст. 82 ЦПК України вписані нові умови віднесення обставин, які визнаються учасниками справи до підстав звільнення від доказування: відсутність у суду «обґрунтованого сумніву щодо їх достовірності» або «добровільності їх визнання»; та коло осіб й процесуальні документи в яких вони повинні бути прописані: «...учасниками справи (ст. 42 ЦПК)...в заявах по суті справи (ч. 2 ст. 174 ЦПК), поясненнях учасників справи, їхніх представників» [1].

Цивільне процесуальне законодавство не містить визначення «визнання обставин», але проаналізувавши наукові думки з цього приводу, можна сформулювати, що визнання обставин – це повідомлення стороною чи іншими учасниками справи та їх представниками, про обставини, що підтверджують наявність чи відсутність фактів, які за законом повинна доводити протилежна сторона чи інші особи.

При цьому необхідно зауважити, що «визнання обставин» не є тотожним поняттям з «визнання позову». Не можна погодитися з позицією О.О. Штефан з цього приводу, яка констатує, що «визнання факту – це доказ наявності або відсутності обставин, які мають значення для справи; процесуальним наслідком визнання у цивільному процесі однією зі

сторін факту встановленим, є набуття фактом безспірного характеру і звільнення другої сторони від його доказування». В той час як «визнання позову – це згода відповідача з пред'явленою до нього матеріально-правовою вимогою позивача; у разі безумовного й несуперечливого закону визнання відповідачем позову, суд ухвалює рішення про задоволення позову, обмежившись у його мотивувальній частині посиланням на визнання позову без з'ясування й дослідження інших обставин справи» [2, с. 379].

Відповідно до ч.1 ст. 82 ЦПК України при визнанні обставин суд повинен бути впевнений у їх достовірності, що кореспондує положенням ст. 79 «на підставі яких можна встановити дійсні обставини справи» [1].

Щодо добровільності визнання обставин у системному зв'язку з положеннями ч. 3 ст. 203 Цивільного кодексу (далі – ЦК) України, то: «волевиявлення учасника ... має бути вільним і відповідати його внутрішній волі»...недотримання яких має наслідком: «визнання правочину недійсним» за ч. 1 ст. 215 ЦК України [3]. Тобто, виходячи з цього, *добровільність визнання обставин є обов'язковою умовою* для звільнення від доказування.

Проте, необхідно зазначити, що відповідно до ч. 2 ст. 82 ЦПК України суд може прийняти відмову від визнання обставин, якщо сторона доведе, що вона визнала ці обставини внаслідок вичерпного переліку обставин, кожен з яких необхідно довести й розглядати у системному законодавчому осмисленні, а саме:

по-перше, *помилки, що має істотне значення*, визначення якої в ЦПК та ЦК України не виписано, але у наукових джерелах, зокрема, О.В. Дзера слушно вважає, що помилка – «це неправильне сприйняття особою фактичних обставин правочину, що вплинуло на її волевиявлення, за відсутності якого можна було б уважати, що правочин не був би вчинений» [4, с. 13]. Законом України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 15.07.2021 року №1667-ІХ в ст. 229 ЦК України внесені вагомні уточнення щодо переліку обставин, за яких помилки вважаються, такими, що мають істотне значення, якщо вони стосуються: «природи правочину; прав й обов'язків сторін; властивостей і якостей речі, які значно знижують її цінність або можливості використання за цільовим призначенням» [5];

по-друге, *обману*, якісні властивості якого виписані в ст. 230 ЦК України, а саме: «якщо одна із сторін ...навмисно ввела другу сторону в оману щодо обставин, які мають істотне значення»; «обман має місце, якщо сторона заперечує наявність обставин, які можуть перешкодити вчиненню правочину», або «якщо вона замовчує їх існування» [3]. На підтвердження зазначеного свідчить позиція, викладена в Постанові Касаційного цивільного суду Верховного Суду від 22.10.2020 року у справі № 127/15271/17 відповідно до якої: сторони, яка діяла під впливом обману, необхідно довести: обставини, які не відповідають дійсності, але які є істотними для вчиненого нею правочину; що їх наявність не відповідає її волі перебувати у відносинах, породжених правочином; що невідповідність обставин дійсності викликана умисними діями другої сторони правочину [6]. При цьому необхідно відмежовувати «обман» від «помилки», так як «обман» – це результат умисних дій (бездіяльності) однієї із сторін, а «помилка» - результат неправильного уявлення про обставини, що мають істотне значення;

по-третє, *насильства*, як «вчинений особою проти її справжньої волі внаслідок застосування до неї фізичного чи психічного тиску з боку другої сторони або з боку іншої особи» за ч. 1 ст. 231 ЦК України [3];

по-четверте, *погрози*, як обставина, яка спеціально не виписана в законодавстві;

по-п'яте, *тяжкої обставини*, й доповнюючи положеннями ст. 233 ЦК України «*на край не вигідних умовах, ... незалежно від того, хто був ініціатором*» [3]; хоча, особа вчиняє добровільно, повідомлюючи свої дії, але вимушена його вчинити..., *а тому волевиявлення такої особи не відповідає її внутрішній волі та не вважається вільним*;

по-шосте, *обставини, що визнано у результаті зловмисної домовленості її представника з другою стороною*, роз'яснення яких міститься в п. 22 Постанови Пленуму Верховного Суду України від 06.11.2009 № 9 «Про судову практику розгляду цивільних справ про визнання

правочинів недійсними» для системного аналізу визнання правочину недійсним на підставі статті 232 ЦК України в контексті ч. 2 ст. 82 ЦПК України необхідним є встановлення умислу в діях представника, а саме:

-вини представника, який усвідомлює, що вчиняє правочин всупереч інтересам довірителя та бажає їх настання;

- наявності зловмисної домовленості представника однієї сторони з іншою стороною;
- виникнення через домовленість несприятливих наслідків для довірителя;
- незалежність від одержання учасником вигоди як наслідку;
- незалежність від завдання шкоди довірителю як мети [7].

Верховний Суд у Постанові від 10.04.2019 р. у справі № 390/34/17 зробив правовий висновок щодо доктрини заборони суперечливої поведінки сторони правочину, оскільки добросовісність (п. 6 ст. 3 ЦК України) – це певний стандарт поведінки, що характеризується чесністю, відкритістю і повагою інтересів іншої сторони договору або відповідного правовідношення, то об'єднаною патакою Касаціного цивільного суду Верховного Суду при розгляді справи була застосована доктрина «venire contra factum proprium» (заборони суперечливої поведінки), етимологія якої – «non concedit venire contra factum proprium» (ніхто не може діяти всупереч своїй попередній поведінці) [8].

Отже, досліджувані положення щодо можливості прийняття судом відмови учасника справи від визнання обставин відображають принцип процесуального естопелю (у перекладі з англійської – позбавлення права надавати заперечення).

Цей принцип набув законодавчого закріплення в ст. 44 ЦПК України як основної засади цивільного судочинства у вигляді неприпустимості зловживання процесуальними правами, недотримання якої має наслідком застосування судом штрафу.

Підсумовуючи зазначене, можемо зробити висновок, що з 15.12.2017 року норми цивільного процесуального законодавства, якими вирішуються питання відмови від визнання обставин учасниками справи, були суттєво оновлені, але через неповноту змін потребують законодавчого вдосконалення.

Перелік посилань

1. Цивільний процесуальний кодекс України: Закон України від 18.03.2004 року. № 1618-IV. Дата оновлення: 05.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15#n6613> (дата звернення 05.12.2021).

2. Штефан О. О. Цивільно-процесуальний захист суб'єктивного авторського права: теорія, законодавство, судова практика: монографія. Тернопіль: Підручники і посібники, 2017. 544 с.

3. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. Дата оновлення: 28.10.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#n1285> (дата звернення 05.12.2021).

4. Дзера О. В. Недійсність правочину (угоди) за новим Цивільним кодексом України. *Юридична Україна*. 2003. № 10. С. 5–18.

5. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України №1667-IX від 15.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text> (дата звернення 05.12.2021).

6. Недійсність, нікчемність, неукладеність правочинів, проблеми розмежування. Сергій Погрібний. URL: https://supreme.court.gov.ua/userfiles/media/new_folder_for_uploads/supreme/PR_EZ_Pogrībuu.pdf (дата звернення 05.12.2021).

7. Постанова Пленуму Верховного Суду України від 06.11.2009 № 9 «Про судову практику розгляду цивільних справ про визнання правочинів недійсними». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0009700-09#Text> (дата звернення 05.12.2021).

8. Постанова Верховного Суду від 10.04.2019 р. у справі № 390/34/17. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/81263995> (дата звернення 05.12.2021).

Берднік С. С., студентка групи КЮ-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», snejana.2002@ukr.net

Науковий керівник: Кочина О. С., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», aleksandra.cn88@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРУ ОРЕНДИ ДЕРЖАВНОГО ТА КОМУНАЛЬНОГО МАЙНА

Оренда - одна з найбільш розвинених, але при цьому складних і комплексних правових інституцій. Вже протягом тисячоліть орендні відносини виникають як у підприємницькій діяльності, так і у повсякденних відносинах фізичних осіб не пов'язаних з підприємництвом. Оренда з одного боку має основу, що обумовлено економічною мотивацією, а з іншого - потребує комплексної правової надбудови, що регулює орендні правовідносини. Специфіка цих правовідносин яскраво відображається при їх нормативному закріпленні, що пов'язано саме з орендою державного та комунального майна.

Питання укладення договору оренди державного та комунального майна регулюється, Цивільним кодексом (далі – ЦК) України [1], Законом України «Про оренду державного та комунального майна» [2] від 03.10.2019 року та постановою Кабінету Міністрів України від 3.06.2020 року № 483 «Деякі питання оренди державного та комунального майна» [3].

Дані нормативно-правові акти регламентують порядок передачі в оренду державного та комунального майна, особливі умови укладення договорів оренди, проведення аукціонів в електронній торговій системі, оцінку майна, передачу майна в оренду без аукціону, продовження договорів оренди.

Розглянемо докладніше конструкцію правового інституту оренди у вітчизняній правовій системі. В цьому контексті слід з'ясувати питання щодо істотних умов договору оренди.

Відповідно до ч. 1 ст. 638 ЦК України до істотних умов договору відносяться умови щодо його предмету, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди.

Щодо державного та комунального майна, то загальні положення Цивільного Кодексу конкретизуються у Законі України «Про оренду державного та комунального майна» (далі – Закон). Зокрема, положеннями статті 10 цього Закону визначаються істотні умови договору оренди державного та комунального майна. До них відносяться: об'єкт оренди (склад і вартість майна з урахуванням її індексації); термін, на який укладається договір оренди; орендна плата з урахуванням її індексації; порядок використання амортизаційних відрахувань, якщо їх нарахування передбачено законодавством; відновлення орендованого майна та умови його повернення; виконання зобов'язань; забезпечення виконання зобов'язань – неустойка (штраф, пеня), порука, завдаток, гарантія тощо.

Вітчизняні цивілісти сходяться на думці, що оренда є договірним інститутом, тобто орендні правовідносини виникають між суб'єктами (операторами) в результаті укладання договору оренди. Тобто, іншими словами, про оренду можна говорити як про юридичний факт (правочин), що має форму договору [4, с. 310].

Оскільки чинне законодавство визначає договір як угоду двох або кількох осіб про встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків, а також встановлює, що до договорів застосовуються правила про дво- та багатосторонні угоди [5, с. 376], то очевидним є висновок законодавця про те, що договір визнається дво- та/або багатостороннім правочином. Отже, договір оренди є двосторонньою угодою, саме угодою осіб, спрямованою на встановлення правовідносин щодо найму майна.

Сторонами договору оренди державного та комунального майна та, відповідно, суб'єктами орендних правовідносин є, з одного боку – орендодавець, тобто особа, яка є власником об'єкта оренди або уповноважена власником або уповноважена законом укладати від свого імені такий договір. З іншого боку – орендар, тобто особа, яка бажає за орендну плату придбати у орендодавця право користування або права володіння та користування об'єктом оренди.

На наш погляд, наведені вище визначення породжують низку питань, що вимагають роз'яснення.

По-перше, необхідно визначитись із поняттям об'єкта оренди. На нашу думку, важливо не допускати тотожності понять предмета та об'єкта оренди. Ряд вітчизняних вчених висловлювали точку зору у тому, що поняття предмета та об'єкта договору є, власне, синонімами [6, с. 68]. Також існує думка, що «предмет договору оренди включає два види об'єктів. Об'єктом першого роду повинні бути відповідні дії зобов'язаних осіб. Роль об'єктів другого роду відіграє майно, яке внаслідок таких дій надається у володіння та користування орендаря, а після закінчення терміну оренди повертається орендодавцю» [5, с. 240].

Ми вважаємо неправильним використання вищезазначених формулювань через очевидні кардинальні відмінності між поняттями об'єктам та предметом договору. Так, на нашу думку, об'єкт договору – це завжди та річ, або благо, що має матеріальну оцінку, або право, яке має бути створене і на яке в силу договору повинні виникнути права у вигодонабувача за договором, або права, які повинні перейти до такого вигодонабувача, або яке саме має виникнути або перейти до вигодонабувача. У кожному разі об'єкт договору є, власне, метою його укладання. Предмет договору – це сукупність прав і обов'язків сторін договору, які у комплексі забезпечують виникнення чи перехід прав на об'єкт договору до вигодонабувачу з одночасним дотриманням кореспондуючих прав інших сторін договору [5, с. 245].

Відповідно, у випадку з договором оренди, об'єктом оренди буде те майно, яке підлягає передачі в користування або володіння та користування орендаря.

Об'єктом договору державного та комунального майна є склад і вартість майна з урахуванням її індексації. Об'єктом договору оренди, у тому числі, може бути цілісний майновий комплекс державного підприємства, його структурного підрозділу; нерухоме майно (будівлі, споруди, приміщення, а також їх окремі частини); інше окреме індивідуально визначене майно. Предметом договору державного та комунального майна є сукупність прав і обов'язків орендаря та орендодавця, які у комплексі забезпечують виникнення чи перехід прав на об'єкт договору.

Важливо відзначити ще одну основну правову характеристику договору оренди – його терміновість. У ч. 1 ст. 17 Закону визначено, що термін договору оренди визначається за погодженням сторін. Аналіз змісту норми дає підстави зробити висновок, що законодавець надає можливість орендареві і орендодавцеві самим визначити початок і кінець існування у часі орендного правовідношення, підставою якого є укладений між ними договір оренди. Однак в ст. 10 Закону строк є істотною умовою договору оренди і має бути чітко визначений, оскільки відсутність в договорі чітко визначеного терміну тягне за собою визнання його недійсним. Як показує практика, сторони при укладенні договору оренди віддають перевагу довгостроковій оренді, оскільки вона надає орендареві ширші можливості для залучення коштів на розвиток орендованого майна і підвищення ефективності використання майна державних підприємств. Згідно зі ст. 17 Закону термін договору оренди не може бути меншим, ніж п'ять років, якщо орендар не пропонує менший термін.

Важливою істотною умовою договору оренди майна державного підприємства є орендна плата. Орендар зобов'язаний виплати орендну плату за використання орендованого майна тільки після передачі йому об'єкту оренди орендодавцем. Відповідно до ч. 1 ст. 19 Закону орендар за користування об'єктом оренди вносить орендну плату, незалежно від наслідків господарської діяльності.

Таким чином, внаслідок проведеного аналізу нормативно-правових актів щодо правового забезпечення механізму передачі державного та комунального майна в оренду необхідно зробити висновок про те, що до істотних умов такого договору відносяться – предмет договору, строк договору та орендна плата. Конкретизація законодавцем істотних умов договору оренди такого майна забезпечує можливість для належного захисту прав сторін договору у відповідності до вимог чинного законодавства України.

Перелік посилань

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р., № 435–IV // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - № 40. - Ст. 356.

2. Закон України «Про оренду державного та комунального майна» від 14.03.1995 р., № 98/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. - 1995. - № 15. - Ст. 99.

3. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання оренди державного та комунального майна» від 3.06.2020 р. № 483 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/483-2020-%D0%BF#Text>

4. Мороз О. В., Мороз М. В. Цілісний майновий комплекс як предмет договору оренди майна державних підприємств / О. В. Мороз, М. В. Мороз // Право і безпека. – 2012. - № 3. (45). - С. 310-314.

5. Брагинский М. И. Договорное право. Общие положения [Текст] / М. И. Брагинский. М. : Статут, 1997. 681 с.

6. Спасибо Инна Валентиновна. Научно-практический комментарий Закона Украины «Об аренде государственного имущества» [Текст] / И. В. Спасибо, Е. В. Казаренко, В. Н. Стешенко. Х. : Консум, 1997. - 95 с.

Бондарчук Т. С., здобувачка вищої освіти, групи ЦГЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», smollson3@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «РЕФЕРЕНДУМ» ТА «ПЛЕБІСЦИТ»

Невід’ємною ознакою сучасних розвинених держав є демократичність. Демократичність, як риса, означає участь народу у житті держави, а також те, що рішення, які приймають вищі органи державної влади, мають відповідати волі та інтересам народу.

У сучасній конституційній доктрині термін “референдум” розглядається як одна з форм безпосередньої демократії, що застосовується для прийняття або затвердження шляхом голосування конституційних актів, законів та інших найважливіших рішень загальнодержавного чи місцевого значення [1, с. 301]; як спосіб прийняття законів, ухвалення рішень з найважливіших питань суспільного життя шляхом прямого волевиявлення громадян під час все-народного голосування [2, с. 210]; як форма волевиявлення народу шляхом голосування з важливого державного або суспільного питання [3, с. 91; 4, с.79]; як голосування громадян з приводу певного законопроекту або закону, а також питань державного, регіонального або місцевого значення [5, с. 223]. З урахуванням зазначеного, що референдум - одна із форм здійснення безпосередньої демократії, участь в якому забезпечує народу право вирішення найважливіших питань державного та суспільного життя.

Проте, неодноразово голосування виборців на референдумі ще називають плебісцитом. Термін “плебісцит” походить від грецького слова “plebs”, а у перекладі з латинської мови “plebiscitum” означає “рішення народу”.

В юридичній літературі термін “плебісцит” вважається синонімом терміна “референдум” або слугує за критерієм змісту питань (предметом), які виносяться на голосування, для позначення його різновидів. Проте, смислове позначення цих термінів не завжди співпадає, і тому в різних державах чинне законодавство по-різному підходить до зазначених інститутів. Наприклад, у XIV ст. Конституції Федеральної Республіки Бразилія 1988 р. застосовуються обидва поняття: і референдум, і плебісцит. При цьому зазначена Конституція визначає предмет плебісциту, а предмет референдуму – ні, а також наголошує, що плебісцит має імперативний або вирішальний характер, а референдум – лише консультативний характер. У Франції референдум не вважається настільки ж широким поняттям, як плебісцит референдум тут зазначають лише різновидом плебісциту.

Дехто з науковців також визначають плебісцит як референдум, який проводиться з важливого питання, що має вирішальний для майбутнього держави характер, тобто здійснюється голосування з питань зовнішньополітичного характеру, що пов’язані з

міжнародно-правовими наслідками. У міжнародному праві термін “плебісцит” – це голосування осіб, наділених активним виборчим правом, щодо зміни державної належності певної території або визначення її статусу як території новоутвореної держави, а також прийняття або зміни форми державного правління [6, с. 574]. Наприклад, в Ісландії за результатами всенародного голосування 1944 р. була не тільки утворена нова держава, а і встановлена її форма правління [7, с. 162].

Зважаючи на вищенаведене, референдум слід вважати важливим інститутом безпосередньої демократії, який дозволяє народу як суб'єкту вирішувати найважливіші питання державного та суспільного життя. Окрім цього, слід зважати, що окрім поняття референдуму, в світі також існує поняття плебісциту, який в різних країнах може мати як тотожний сенс поняттю референдуму і бути його синонімом, так і мати відмінний, ширший сенс, або ж не застосовуватися взагалі.

Перелік посилань

1. Юридична енциклопедія: в 6 т. / редкол.: Ю.С.Шемшученко (гол. редкол.) та ін. [Текст]. – Київ: “Українська енциклопедія”, 2003. – Т. 5. П-С. – 736 с.
2. Рябов, С. Політологія: словник понять і термінів [Текст] / С. Рябов. – Київ: Видавничий дім “КМ Академія”, 2001. – 256 с.
3. Кириченко, В. М., Куракін, О. М. Порівняльне конституційне право: модульний курс: навч. посіб [Текст] / В. М. Кириченко – Київ: “Центр учбової літератури”, 2012. – 256 с.
4. Лотюк О. Форми безпосередньої демократії в сучасних зарубіжних країнах (італійський досвід) [Текст] / О. Лотюк // Підприємництво, господарство і право. – 2008. - №6. – С. 79-82.
5. Фрицький О. Ф. Конституційне право України: підручник [Текст] / О. Ф. Фрицький. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 536с.
6. Юридична енциклопедія: в 6 т. / редкол.: Ю. С. Шемшученко (гол. редкол.) та ін. – К.: “Українська енциклопедія”, 2002. – Т. 4: Н-П. – 720 с.
7. Шаповал В. М. Конституційне право зарубіжних країн: підручник. Київ: Юрінком Інтер, 2006. 496 с.

Бучко Д. В., здобувач вищої освіти, групи АЮ-211,
Національний університет «Чернігівська політехніка», dima.buchko.dd@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ДЕРЖАВНИЙ УСТРІЙ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У світі, за даними Організації Об'єднаних Націй, існує понад 195 держав і кожній з них притаманна така властивість як форма державного устрою. Україна не є винятком, а тому відповідно до ст. 2 Конституції України вона є унітарною державою, що було закріплено 28 червня 1996 року. З тих пір у суспільстві, зокрема між науковцями та політиками виникає дискусія стосовно необхідності зміни форми державного устрою України. Зазвичай об'єктом обговорення стає унітарність чи федеративність, оскільки серед усіх інших форм, на даному історичному етапі вони є базовими та загальноприйнятними.

Ідея федералізму була найбільш популярною у 90-ті роки, через жагу до створення нових державно-владних інституцій, які не є характерними для унітарної держави. Численна кількість вчених і політиків, у тому числі й В. Чорновіл, вважали зміну унітарної форми на федеративну необхідним та важливим кроком до політичної врівноваженості та економічної стабільності України [3, с. 3].

За своїми принципами федерації створюються за територіальними, національними, змішаними підходами. В основі територіального підходу взято густоту населення, ландшафт, особливості економічних зв'язків. Національний підхід характерний різноманітним етно-

національним складом населення. Тобто за такими підходами перетворення України на федеративну республіку є безпідставним, адже густота населення, ландшафт, етно-національний склад є здебільшого рівномірним та однорідним [2, с. 38].

Дехто вважає, що федерація спроможна заподіяти виникненню сепаратистських настроїв, тобто задовольнити усі національні, культурні та інші потреби. Натомість у контексті України це можна заперечити та віднести до негативних наслідків, оскільки наше суспільство у більшій мірі не є свідомим та україно-орієнтованим, що в результаті, та ще й в умовах суверенності суб'єктів федерації, може викликати розвиток сепаратистських поглядів. До інших негативних наслідків федералізації можна віднести збільшення структури державного апарату, що несе за собою збільшення витрат з Державного бюджету України.

Ідея унітарної держави є корінною з моменту проголошення Незалежності України та затвердження Конституції України від 28.06.1996. Незважаючи на тодішній ажіотаж щодо федерації, українські парламентарі, опираючись на досвід науковців, обрали унітарність. Таке рішення базувалося на значних перевагах унітарної держави перед федерацією в контексті української політико-економічної ситуації. Україна, що на початку незалежності, що зараз потребувала та потребує реформ. Через відносно просту систему державного апарату унітарної форми, значно легше та швидше впроваджувати закони, імплементувати законодавчі ініціативи та інше.

За ступенем залежності місцевих органів від центральних унітарні держави поділяються на централізовані та децентралізовані. Для того аби управління державою було демократичнішим та ефективнішим з точки зору економічного чинника, науковці вважають за потрібне переходити від централізованої системи державних органів до децентралізованої, або змішаної. Вчені вважають, що децентралізація державного устрою України буде створювати процеси самоврядування, а у слід і становлення громадянського суспільства. Важливо зазначити те, що деякі уряди часів незалежної України використовували різні програми спрямовані на регіоналізацію, проте вони не показали свою ефективність. Причиною цього провалу була чітка галузева направленість цих програм. Натомість, завдяки комплексній соціальній, економічній та національній діяльності регіональна політика здатна втілити сталий розвиток суспільства та гідне життя кожної людини. [4, с. 63-64].

На даний момент в Україні проходить реформа децентралізації, що поступово передає все більші та більші державно-владні повноваження органам місцевого самоврядування. Ці повноваження дадуть змогу територіальним громадам на місцях ефективніше виконувати функції та завдання держави.

Підводячи підсумки, можна сказати, що питання державного устрою України об'єктивно не є нагальним, адже унітарна форма є найбільш політично та економічно стабільною, результативною, безпечною для існування нашої держави. А питання зміни устрою де-не-де штучно з'являється в інформаційному полі залежно від президентських або парламентських виборів, перед якими кандидати маніпулюють цією темою аби отримати підтримку громадян.

Перелік посилань

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Ведерніков, Ю. А., Грекул, В. С. Теорія держави і права : навч. посіб. [Текст] / Ю. А. Ведерніков. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 224 с.
3. Прімишев, І. М. Державний устрій України: проблемні питання теорії, практики державного будівництва та удосконалення його форми [Текст] / І. М. Прімишев // Культура народів Причерномор'я. – 2001. - № 26. – 13 с.
4. Міщук, В. В. Державний устрій України: перспективи розвитку та удосконалення [Текст] / В. В. Міщук. // Економіка і право. – 2010. - №18. – С. 62-68.

Васильєва Д. А., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-202 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
Diana.love.vasylieva@gmail.com

Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС БІЖЕНЦІВ В УКРАЇНІ

Проблема біженців – одна із самих гострих проблем у світі. Вона знаходиться в центрі уваги як органів влади держав, так і громадськості та засобів масової інформації. Ідеалом стала б ліквідація цього явища. Але досягнення ідеалу пов'язано з вирішенням ряду великих не тільки соціально-економічних, а й політичних проблем і, як представляється, сьогодні важко буде реалізувати. В будь-якому випадку передумовою для руху в цьому напрямку повинно бути осмислення проблеми біженців і вимушених переселенців, що неможливо без уточнення понять, які використовуються для позначення цього явища, і їх однакового розуміння в рамках тієї території, на якій ці проблеми підлягають вирішенню.

Конвенція про статус біженців 1951 р. у п. 2 ст. 1 визначила поняття «біженець». Такий статус надається особі, яка стала жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів знаходиться за межами країни своєї національної належності і не в змозі користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань; або, не маючи визначеного громадянства і знаходячись за межами країни свого колишнього місця проживання, в результаті подібних подій, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок таких побоювань [1].

У п. 1 ст. 3У «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» наведено таке поняття «біженець». Особа, яка не є громадянином України і внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства (підданства), належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань, або, не маючи громадянства (підданства) і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок зазначених побоювань [2].

Щодо поняття біженців, то, враховуючи положення Закону України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту», до них відносять як осіб, яких визнано біженцями, так і осіб, що мають намір бути визнаними біженцями й перетнули державний кордон України в порядку, встановленому законодавством України, осіб, які мають намір бути визнаними біженцями й незаконно перетнули державний кордон України, також осіб, які перебувають у процедурі визнання біженцем. Тобто законодавчо закріплене поняття біженець визначає ознаки, за якими особу визнають біженцем. При цьому не враховується взаємозв'язок між фактичним і юридичним статусом особи. Під фактичним статусом мається на увазі - що особа є біженцем, а під юридичним - вона може мати статус особи, визнаного біженцем або знаходиться в процедурі визнання біженцем [3, с. 25]. Тому, поняття «біженець» виступає узагальнюючим поняттям для біженців, яких визнані і, які ще тільки знаходяться в процедурі визнання біженцями. Разом з тим слід зазначити, що безпосередньо Закон України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» регулює правовий статус біженців не взагалі, а відокремлюючи правовий статус осіб, визнаних біженцями (ст. 14), та осіб, щодо яких прийнято рішення про оформлення документів для вирішення питання про визнання їх біженцями (ст. 13). Поняття «біженець», крім осіб, визнаних біженцями, включає і осіб, які звернулися за наданням їм статусу біженця. Тобто умовно можна сказати, що біженець проходить певні стадії до моменту визнання його таким. А саме, спочатку він набуває статусу шукача притулку, потім особи, яка звернулася за наданням їй статусу біженця і при позитивному розгляді його клопотання - особою, яка визнана біженцем [4, с. 215].

Що ж до правового статусу, то це становище того чи іншого суб'єкта в правовій реальності, що відображається у його взаєминах з суспільством і державою; сукупність прав і обов'язків.

Адміністративно-правовий статус – це сукупність суб'єктивних прав і обов'язків закріплених нормами адміністративного права за певним органом.

Необхідно зазначити, що коли мова іде про суб'єкта адміністративних правовідносин, правовий статус особи, яка визнана біженцем і особи, яка тільки перебуває у процедурі визнання біженцем, відмінний. У них різний комплекс прав і обов'язків у сфері державного управління, що передбачені адміністративно-правовими нормами та, відповідно, обов'язків.

Характерною рисою адміністративно-правових відносин за участю біженців є специфічна сфера їх виникнення, а саме:

- сфера державного управління
- виконавчої діяльності органів державної влади
- місцевого самоврядування та інших суб'єктів, яким делеговано адміністративно-правові повноваження по забезпеченню реалізації захисту прав і свобод біженців в Україні [3. с. 27].

Поняття адміністративно-правового статусу осіб, визнаних біженцями, як складової правового статусу тісно пов'язане з вирішенням спільної теоретичної проблеми правового статусу особи. Правовий статус особи має складний характер, так як застосовується до різних видів суб'єктів права: громадян, іноземців, осіб без громадянства, біпатридів, біженців. В юридичній науці в широкому сенсі під правовим статусом розуміють юридично закріплене положення особистості в суспільстві. Стаття 14 ЗУ «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» закріплює правовий статус осіб, яких визнано біженцями або особами, які потребують додаткового захисту:

1. Особи, яких визнано біженцями або особами, які потребують додаткового захисту, користуються тими самими правами і свободами, а також мають такі самі обов'язки, як і громадяни України, крім випадків, установлених Конституцією та законами України, а також міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

2. Особи, яких визнано біженцями в Україні, вважаються такими, які постійно проживають в Україні, з дня прийняття рішення про визнання їх біженцями.

3. Особи, яких визнано особами, які потребують додаткового захисту, вважаються такими, які безстроково на законних підставах перебувають на території України.

Стаття 15 цього ж Закону визначає права особи, яку визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту:

1. Особа, яку визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, має рівні з громадянами України права на: пересування, вільний вибір місця проживання, вільне залишення території України, крім обмежень, встановлених законом; працю; провадження підприємницької діяльності, не забороненої законом; охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування; відпочинок; освіту; свободу світогляду і віросповідання; направлення індивідуальних чи колективних письмових звернень або особисте звернення до органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб цих органів; володіння, користування і розпорядження своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності; оскарження до суду рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб; звернення за захистом своїх прав до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини; безоплатну правову допомогу в установленому порядку.

2. Особа, яку визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, має рівні з громадянами України права у шлюбних та сімейних відносинах.

3. Особа, яку визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, має право на одержання грошової допомоги, пенсії та інших видів соціального забезпечення в порядку, встановленому законодавством України, та користування житлом, наданим у місці проживання.

4. Особа, яку визнано біженцем або особою, яка потребує додаткового захисту, користується іншими правами і свободами, передбаченими Конституцією та законами України [2].

Отже, можна говорити про визнання біженця самостійним суб'єктом адміністративного права, який має свій спеціальний правовий статус. Адміністративно-правовий статус біженця – встановлена адміністративним законодавством сукупність прав, інтересів, обов'язків і юридичних гарантій біженців, закріплюються, що забезпечуються і гарантуються державою, встановлюються і окремими інститутами громадянського суспільства.

Перелік посилань

1. Конвенції про статус біженців 1951 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_011#Text (дата звернення: 30.10.2021).

2. Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту: Закон України від 08.07.2011 № 3671-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3671-17#Text> (дата звернення: 30.10.2021).

3. Калюжний Р. А., Тимчик Г. С. Адміністративно-правовий статус, осіб визнаних біженцями в Україні: монографія. Київ: «МП Леся», 2015. 192 с. URL: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/26640/1/Kaliujniy_Admin-prav.%20status_5.pdf.

4. Козинець І.Г. Про співвідношення понять «біженці» та «особи, переміщені всередині країни». *Держава і право. Збірник наукових праць*. 2009. Випуск 45. С. 213-219.

Вахно В. Д., здобувач вищої освіти 4 курсу, група СР-181

Національний університет «Чернігівська політехніка», pianochanl@gmail.com

Науковий керівник: Чічкань М. В., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», mariya.chichkan@gmail.com

ЩОДО ПРОБЛЕМИ ПРОЖИТКОВОГО МІНІМУМУ ЯК ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТАНДАРТУ В УКРАЇНІ

Актуальність теми прожиткового мінімуму є очевидною. Вона зумовлена як неналежною економічною оцінкою цього показника (через що рівень соціального забезпечення є наднизьким та не задовольняє у повному обсязі базових потреб належного рівня життя), так і негативними правовими наслідками, які випливають з цього, адже на основі прожиткового мінімуму встановлюються і інші соціальні гарантії. Стосовно розміру прожиткового мінімуму є чимало нарікань у правознавців і економістів.

Закон України «Про прожитковий мінімум» регламентує поняття прожиткового мінімуму як вартісної величини достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості.

Згідно зі ст.1 ЗУ «Про прожитковий мінімум», прожитковий мінімум визначається у розрахунку на місяць на одну особу, а також окремо для тих, хто відноситься до основних соціальних і демографічних груп населення:

- дітей віком до 6 років;
- дітей віком від 6 до 18 років;
- працездатних осіб;
- осіб, які втратили працездатність [1].

Слід відмітити статтю 46 Конституції України, в якій зазначено, що: «пенсії, інші види соціальних виплат та допомоги, що є основним джерелом існування, мають забезпечувати рівень життя, не нижчий від прожиткового мінімуму, встановленого законом».

Основна проблема криється у невідповідності розміру прожиткового мінімуму реаліям життя. Так, прожитковий мінімум для працездатних осіб станом на 1 грудня 2021 року становить 2 481 грн [2].

Цікавим є законодавче положення ст. 5 Закону України „Про прожитковий мінімум”, у якій вживається термін «фактичний розмір прожиткового мінімуму», що застосовується для спостереження за динамікою рівня життя в Україні. Міністерство соціальної політики України

приводить розрахунки фактичного прожиткового мінімуму, які ґрунтуються на основі середніх цін на споживчі товари і послуги та тарифів на житлово-комунальні послуги [3]. Дані про фактичний розмір прожиткового мінімуму на одну особу, а також окремо для тих, хто відноситься до основних соціальних і демографічних груп населення, разом із відповідними розрахунками щомісяця надаються Президентові України, Верховній Раді України, всеукраїнським об'єднанням професійних спілок, всеукраїнським об'єднанням організацій роботодавців та Кабінету Міністрів України. Аналіз фактичного прожиткового мінімуму є дуже важливим для розуміння тонкощів його розрахунку. Економічна складова соціальних стандартів повинна відповідати реаліям життя, а інакше ці показники можна трактувати як неконституційні.

При вартості на блакитне паливо 8 грн./м³ (разом з додатковою платою за транспортування), ціни на газ в найхолодніші місяці року становлять близько 4000 грн., виходячи із середнього показника споживання (300-400 кубометрів в місяць для одного домогосподарства з невеликою домівкою) [4]. Це означає, що одна лише вартість за комунальні послуги уже є вищою за офіційно встановлений прожитковий мінімум. Фактично, ця ситуація нівелює саме юридичне поняття прожиткового мінімуму, адже виходить, що він не має під собою ніякого економічного підґрунтя.

Прожитковий мінімум застосовується не тільки для загальної оцінки рівня життя в Україні, але й для визначення інших соціальних гарантій. Наприклад, для встановлення розмірів мінімальної заробітної плати та мінімальної пенсії за віком, визначення розмірів соціальної допомоги, допомоги сім'ям з дітьми, допомоги по безробіттю, а також стипендій та інших соціальних виплат [1]. При цьому, прожитковий мінімум застосовується і для встановлення величини неоподаткованого мінімуму доходів громадян, яка широко застосовується як в адміністративному, так і в кримінальному праві для розрахунку штрафів. Тобто, з точки зору законодавства, збільшення розміру прожиткового мінімуму з одного боку, приведе до збільшення аналогічних соціальних гарантій, які на ньому ґрунтуються; з іншої сторони – може призвести до росту штрафів, що може трактуватися як позитивний наслідок (збільшення грошових надходжень у бюджет країни), так і негативний (в деяких випадках, коли рішення суду є помилковим, помилково звинувачена людина може понести більше збитків).

Підсумовуючи вищезазначене, варто відмітити, що розмір прожиткового мінімуму, який встановлений наразі законодавством, є економічно невиправданим, адже він не відповідає поточній економічній ситуації у країні та існуючим потребам населення.

Єдиний вихід у даній ситуації, на нашу думку, полягає у тому, щоб збільшити розмір прожиткового мінімуму. Інакше визначення прожиткового мінімуму, як симулякру, дане В.В. Пашутіним, є абсолютно виправданим [5].

Перелік посилань

1. Закон України "Про прожитковий мінімум" [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text>.
2. ФССУ: 3 1 грудня в Україні зріс прожитковий мінімум [Електронний ресурс] // Урядовий портал. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/news/fssu-z-1-grudnya-v-ukrayini-zris-prozhitkovij-minimum-ta-povyazani-z-nim-strahovi-viplati>.
3. Фактичний розмір прожиткового мінімуму у 2015-2021 роках [Електронний ресурс] // Міністерство соціальної політики України – Режим доступу до ресурсу: <https://www.msp.gov.ua/news/12286.html>.
4. Тарифи для населення: українцям назвали, якими будуть “зимові” ціни на газ [Електронний ресурс] // Національна служба новин – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://nikopolnews.net/ukraine/saira-taryfy-dlia-naselennia-ukraintsiam-nazvaly-iyakymu-budut-zymovi-tsiny-na-gaz/>.
5. Лук'янчиков О.М. Симулякр базового державного соціального стандарту. Вісник ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка. 2020. Вип. 3(91). С.338-348. Режим доступу: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/3640>.

Візір А. І., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-191 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», vizir00an@gmail.com
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Як відомо, правові засади функціонування бюджетної системи відіграють неабияк важливу роль у розвитку економічної ситуації в країні, а також є необхідними чинниками для побудови сильної та незалежної держави. На сьогодні, бюджетна система України являє собою певну сукупність впорядкованих та взаємопов'язаних між собою структур (державного бюджету та місцевих бюджетів), що базуються на загально визначених принципах і яка продовжує вдосконалюватися відповідно до правових засад її побудови та міжнародних стандартів.

Перш за все, слід визначити поняття саме правових засад. Правовими засадами є основні принципи або ідеї, які закріплюються в чинному законодавстві й відповідно до яких функціонує певна система в державі.

Загалом, основними законодавчими джерелами, де визначені правові засади побудови бюджетної системи є Конституція України та Бюджетний кодекс України. Тож згідно зі статтею 95 Конституції України бюджетна система України будується на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами [1].

Це положення передбачає, що бюджетна система має сприяти справедливому та неупередженому розвитку всіх адміністративно-територіальних одиниць країни, стабілізації економіки, а також створенню умов для конкуренції між регіонами.

Щодо правових засад бюджетної системи, вони передбачені та конкретизовані Бюджетним кодексом України. Насамперед, саме ці принципи й виражають зміст бюджетної системи відповідно до норм чинного законодавства.

Відповідно до статті 7 Бюджетного кодексу України бюджетна система ґрунтується на таких правових засадах як: 1) принцип єдності бюджетної системи України; 2) принцип збалансованості; 3) принцип самостійності; 4) принцип повноти; 5) принцип обґрунтованості; 6) принцип ефективності та результативності; 7) принцип субсидіарності; 8) принцип цільового використання бюджетних коштів; 9) принцип справедливості і неупередженості; 10) принцип публічності та прозорості [2].

Бюджетний кодекс України визначає багато принципів, які є взаємопов'язаними, однак кожен із них має свої особливості, тож слід їх конкретизувати.

Однак, що являє собою принцип єдності бюджетної системи? Цей принцип відображає взаємодію різних бюджетів, на підставі яких вони об'єднуються й працюють як елементи єдиної бюджетної системи. Саме за рахунок акумуляції коштів на бюджетних рахунках у перспективі й створюється можливість централізації грошових фондів для реалізації функцій держави [3, с. 79].

Відповідно до Бюджетного кодексу України, цей принцип забезпечується єдиною правовою базою, єдиною грошовою системою, єдиним регулюванням бюджетних відносин, єдиною бюджетною класифікацією, єдністю порядку виконання бюджетів та ведення бухгалтерського обліку і звітності. Тож саме він передбачає умови для створення цілісної бюджетної системи. Побудована на таких засадах бюджетна система здатна забезпечити єдність економічного розвитку країни, фінансової, кредитної та податкової системи [4, с. 8].

Принцип збалансованості передбачає, що повноваження на здійснення витрат повинні відповідати обсягу надходжень до бюджету. Зміст вказаного принципу - це раціональне співвідношення доходів та витрат бюджетів. Тож відповідно до нього, бюджет слід вважати збалансованим лише у разі дотримання відповідності видатків доходам.

Однак, коли бюджет затверджується з перевищенням видатків над доходами чи навпаки (з дефіцитом або профіцитом), не можна говорити про його збалансованість [5, с. 112].

Щодо самостійності, то вона проявляється у розмежуванні та закріпленні доходів за бюджетом відповідного рівня. Крім того, відповідні органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні незалежно реалізовувати бюджетний процес та визначати напрями використання бюджетних коштів. Тож відповідно до Бюджетного кодексу принцип самостійності передбачає, що державний бюджет України та місцеві бюджети є самостійними. Держава коштами державного бюджету не несе відповідальності за бюджетні зобов'язання органів влади Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування. Органи влади Автономної Республіки Крим та органи місцевого самоврядування коштами відповідних місцевих бюджетів не несуть відповідальності за бюджетні зобов'язання одне одного, а також за бюджетні зобов'язання держави [2].

Принцип повноти означає, що всі відображені у нормативно-правових актах доходи та витрати всіх бюджетів підлягають включенню в обов'язковому порядку та в повному обсязі до складу бюджетів. Загалом, елементом принципу повноти є також принцип повноти структури бюджетної системи [6, с. 77].

Стосовно принципу обґрунтованості, то бюджет формується на реалістичних макропоказниках економічного та соціального розвитку України. Цей принцип можна назвати реальним, оскільки він створюється відповідно до розрахунків надходжень бюджету і витрат бюджету.

А ось принцип ефективності та результативності відповідно до Бюджетного кодексу принцип полягає у тому, що при складанні та виконанні бюджетів усі учасники бюджетного процесу мають прагнути досягнення цілей, запланованих на основі національної системи цінностей і завдань інноваційного розвитку економіки, шляхом забезпечення якісного надання публічних послуг при залученні мінімального обсягу бюджетних коштів та досягнення максимального результату при використанні визначеного бюджетом обсягу коштів.

Згідно із принципом субсидіарності відбувається розподіл видів видатків між державним бюджетом та місцевими бюджетами, а також між місцевими бюджетами. Він має важливе значення для бюджетної системи України та реалізації міжбюджетних відносин.

Сутність цього принципу полягає у тому, що «втручатися» та надавати грошові кошти для фінансування певних видатків можливо у разі: 1) недостатності власних коштів для реалізації визначених законодавством функцій; 2) наявності надлишкових коштів; 3) існування відносин щодо розподілу грошових коштів між місцевим бюджетами [5, с. 114].

Щодо принципу цільового використання бюджетних коштів, то відповідно до Бюджетного кодексу, він полягає в тому, що бюджетні кошти використовуються тільки на цілі, визначені бюджетними призначеннями та бюджетними асигнуваннями.

Насамперед, цей принцип є одним з найважливіших, однак часто трапляється так, що бюджетні кошти, призначені законодавцем на одні цілі, витрачають на зовсім інші.

Також, варто сказати, що бюджетна система України будується на засадах справедливого та неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами й територіальними громадами. Саме цей принцип й забезпечує однаковий доступ усіх громадян до основних бюджетних послуг й соціальних гарантій [4, с. 10].

Отже, останній принцип функціонування бюджетної системи – це принцип публічності та прозорості. Згідно з нормами Бюджетного кодексу, він виявляється в інформуванні громадськості з питань бюджетної політики, складання, розгляду, затвердження, виконання державного бюджету та місцевих бюджетів, а також контролю за виконанням державного бюджету та місцевих бюджетів [2].

За своєю суттю цей принцип являє собою гласність, оскільки він означає відкритість та доступність. Він реалізовується щодо надання інформації про міжбюджетні трансферти, що надаються відповідним бюджетам та їх розмір.

На сьогодні, правові засади побудови бюджетної системи виражають рівень соціального розвитку населення та місце України в світовій економіці. Правові засади побудови бюджетної системи націлені на зміцнення держави в реалізації внутрішньої й зовнішньої політики. Крім того, вони створюють підстави для створення бюджетно-правових норм, що встановлюються Бюджетним кодексом та іншими нормативно-правовими актами. Отже, саме правові засади є обов'язковими у функціонуванні будь-якого суспільного явища.

Перелік посилань

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. 254к/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 26.11.2021).
2. Бюджетний кодекс України: Закон України від 01.01.2021 № 2456-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення 22.11.2021).
3. Латковський П. П. Щодо питання принципів бюджетної системи та бюджетного устрою. *Вісник Чернівецького факультету Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2015. Вип. 3. С. 75-89.
4. Римарська Н. І., Корягін М. В. Принципи побудови та функціональна структура бюджетної системи України. *Економіка та держава*. 2011. № 9. С. 8-10.
5. Глушенко А. С. Принципи бюджетної системи України як підгрунтя реалізації міжбюджетних відносин. *Науково-інформаційний вісник*. Право. № 1(13)/2016. С. 110-118.
6. Лисяк Л., Дулік Т. Принципи бюджетної системи нового бюджетного кодексу України. *Вісник економічної науки України*. 2011. №1. С. 74-79.

Гучек А. А., ст. гр. Д-11

Луцький національний технічний університет, nastyaacademy@gmail.com

Науковий керівник: Піменова О. О., канд. соц. наук

Луцький національний технічний університет, socio.lntu@ukr.net

ДОВІРА ЯК ВЕКТОР КОНСТРУКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У комплексі сучасного соціально-політичного пізнання проблема довіри набуває особливо актуального значення. Системна криза, яка охопила сьогодні не лише українське суспільство, але уже набуває глобального характеру з необхідністю вимагає пошуків можливих шляхів для стабілізації.

У площині соціально-політичних процесів довіра є одним із ключових компонентів конструктивного функціонування будь-якого демократичного суспільства. Адже, беззаперечним є те, що громадяни більш охоче дотримуються законів та різноманітних приписів маючи довіру до інститутів, які їх формують. Важливо відзначити, що такі явища як легітимність та стабільність соціальної, політичної, економічної системи особливо гостро залежать від підтримки громадян.

Аналіз проблеми зниження рівня довіри вказує на такі основні причини: зростання економічної нерівності, популізм політиків, корупція, поширення стереотипів про можливу фальсифікацію під час виборів, втрата відчуття соціально-економічної безпеки.

Відома сучасна американська дослідниця К. М. Лорд у своїх дослідженнях запропонувала шість важливих кроків для відновлення довіри у соціальній, економічній та політичній площині:

1. Ефективна діяльність соціальних інститутів. Зокрема, стверджується, що найважливішим визначальним фактором соціальної довіри до таких інституцій, як освіта, медицина, правоохоронні органи, органи місцевого самоврядування — є те, наскільки добре вони виконують свою роботу та чи приносять реальну цінність громадянам.

2. Розвиток майбутніх лідерів, які працюють для загального блага, а не для себе. Країни в усьому світі повинні забезпечити можливість для людей з різними поглядами та походженням брати участь в управлінні, бізнесі та громадянському житті.

3. Посилення підзвітності та прозорості. Зміст такої діяльності полягає у боротьбі з корупцією.

4. Залучати громадян до вирішення проблем громади та суспільства. Довіра зміцнюється, коли люди відчувають, що вони є частиною спільноти або всього суспільства, у яких їхня думка є важливою.

5. Посилення соціальної інтеграції. Коли люди відчувають, що їм заблоковані можливості через свою стать, расу, вік, етнічну чи релігійну групу, інвалідність чи інші причини, важко очікувати, що вони довірятимуть інституціям, які, на їхню думку, маргіналізують їх.

6. Встановлення справжньої прихильності [1].

Перелік посилань

1. Kristin M. Lord. Six Ways to Repair Declining Social Trust. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ssir.org/articles/entry/six_ways_to_repair_declining_social_trust#.

Дворниченко К., студентки 2 курсу, групи ПД-201, юридичного факультету

Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій

Національного університету «Чернігівська політехніка», м. Чернігів

Науковий керівник: Марущак Н. В., канд. юрид. наук, доцент,

доцент кафедри правоохоронної діяльності

та загальноправових дисциплін

Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій

Національного університету «Чернігівська політехніка», м. Чернігів

ОБОВ'ЯЗКИ ПОЛІЦЕЙСЬКОГО В УКРАЇНІ

Аналіз законодавства про поліцію дозволяє зробити висновок, що основним загальним обов'язком поліцейських є служіння інтересам українського народу, забезпечення його безпечного існування та розвитку шляхом захисту індивідуальних, групових та загальносуспільних прав і законних інтересів, протидії злочинності та підтримання належного рівня громадської безпеки та соціальної дисципліни в країні. Розвиток і логічне продовження цього загального обов'язку поліції знаходиться у обов'язках її посадових осіб.

Так, відповідно до Закону «Про Національну поліцію України» поліцейський зобов'язаний: неухильно дотримуватись положень Конституції України, законів України та інших нормативно-правових актів, що регулюють діяльність органів внутрішніх справ, поліції [1]. Обов'язок поліцейських дотримуватись Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей можна вважати основним щодо інших їх правових обов'язків, оскільки виконання цього обов'язку в повній мірі сприяє дотриманню, виконанню інших обов'язків поліції, а також є однією з гарантій дотримання конституційних прав людини і громадянина [2, с. 72].

Поліцейські зобов'язані повідомляти свого безпосереднього керівника про виникнення особистої зацікавленості, яка може призвести до конфлікту інтересів при виконанні ними службових обов'язків, та вживати заходів для запобігання такому конфлікту; інформувати безпосереднього керівника, прокуратуру чи інші державні органи про кожне звернення до них будь-якої особи з метою схилення їх до вчинення корупційних правопорушень. Цей вид обов'язку є ключовим для працівників поліції не лише з правової, а й з морально-етичної точки зору, оскільки якісне виконання цього обов'язку (особливо в сучасних умовах) сприятиме підвищенню рівня довіри до правоохоронців, поліції та позитивно вплине на імідж органу виконавчої влади [1].

Також у ст. 62 Закону України «Про Національну поліцію» закріплено, що поліцейський під час виконання покладених на нього обов'язків підпорядковується виключно своєму безпосередньому та прямому керівнику. При цьому, ніхто, крім безпосереднього та прямого керівника, не може надавати будь-які письмові чи усні вказівки, вимоги, доручення поліцейському або іншим способом втручатися в законну діяльність поліцейського, в тому числі діяльність, пов'язану з кримінальним провадженням або провадженням у справах про адміністративні правопорушення.

Водночас, на нашу думку, необхідно зобов'язати поліцію не лише утримуватися від виконання незаконних рішень свого керівництва, а й вжити відповідних заходів для забезпечення скасування таких рішень та притягнення до відповідальності осіб, які їх видали. Такий підхід значно підвищить ефективність механізму внутрішнього контролю.

Обмеження прав і свобод людини допускається лише на підставах і в порядку, визначених Конституцією та законами України, у разі потреби та в межах, необхідних для виконання завдань поліції. Здійснення заходів, що обмежують права і свободи людини, має бути негайно припинено, якщо мета застосування таких заходів досягнута або немає необхідності їх подальшого застосування. Працівникам поліції забороняється за будь-яких обставин сприяти, вправляти, підбурювати або терпіти будь-які форми катувань, жорстоких, нелюдських або таких, що принижують гідність, поведження чи покарання.

У разі виявлення таких дій кожен поліцейський зобов'язаний негайно вжити всіх можливих заходів для їх припинення та обов'язково повідомити про факти катувань та наміри їх застосування безпосередньому керівнику. У разі приховування з боку поліції фактів катувань чи інших видів жорстокого поведження керівник органу протягом 24 годин з моменту отримання інформації про такі факти зобов'язаний розпочати службове розслідування та доставити винних до справедливості. У разі виявлення таких дій поліцейський зобов'язаний повідомити про це орган досудового розслідування, уповноважений розслідувати відповідні злочини, вчинені поліцією [1].

Важливим обов'язком, який, на нашу думку, необхідно виділити окремо, є вимога до поліції активно взаємодіяти з населенням на засадах партнерства. Вважаємо, що цей обов'язок є суттєвою характеристикою сучасної поліції, оскільки поліція має здійснювати свою діяльність у тісній співпраці та взаємодії з населенням, територіальними громадами та громадськими об'єднаннями на засадах партнерства та спрямованої на задоволення їхніх потреб. Для визначення причин та/або умов вчинення правопорушень планування службової діяльності органів та підрозділів поліції здійснюється з урахуванням особливостей регіону та проблем територіальних громад [1]. Завдяки цьому видається можливим суттєво підвищити рівень довіри населення до поліції, що є основним критерієм оцінки ефективності діяльності органів та підрозділів поліції.

Поліцейський зобов'язаний вжити всіх необхідних заходів для того, щоб під час виконання своїх службових повноважень інші суб'єкти могли ідентифікувати його як поліцейського. При зверненні до особи або у разі звернення особи до поліцейського вона зобов'язана назвати своє прізвище, посаду, спеціальне звання та пред'явити на її вимогу службове посвідчення, що дає можливість ознайомитися з наявною інформацією. в ньому, не відпускаючи його [1].

Також слід зазначити, що Законом України «Про Національну поліцію України» передбачено додаткові обов'язки поліцейського, які можуть бути покладені на нього лише Законом. Тобто керівник не може примушувати поліцейського до виконання обов'язків, не покладених на нього чинним законодавством, що є важливою гарантією захисту поліцейських як працівників від зловживань з боку керівництва службовим становищем.

Отже, загалом чинне законодавство визначає основні обов'язки які має виконувати поліція, відповідно до її соціального призначення. Але не потрібно забувати що від поліцейського вимагається висока культура, чесність, сумлінність, працьовитість, досконале знання законів, вміння мислити і оперативно діяти в умовах гострого дефіциту часу, мужність, витривалість, здатність стійко переносити можливі тягарі й ускладнення, пов'язані зі службою.

Перелік посилань

1. Закон України “Про національну поліцію” від 2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19#Text>.
2. Білоскурська О.В. Правове регулювання обов’язку кожного неухильно додержуватися Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей. Часопис Київського університету права. 2009. № 2. Ст. 72.

Забірченко Є. П., здобувачка вищої освіти, групи АЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», zabirchenkoliza@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

РЕГІОНИ: ДОСВІТ ІТАЛІЇ ТА ІСПАНІЇ

В умовах здійснення в Україні реформи децентралізації, доцільно було б розглянути досвід трансформації регіонального розвитку в зарубіжних країнах. А зважаючи, на те, що Україна закріпила курс на євроінтеграцію в Конституції, доцільно було б розглянути досвід саме європейських країн. Розвиток усіх провідних країн світу супроводжується децентралізацією у прийнятті рішень та розширенням прав регіонів [1, с. 55]. Досвід трансформації державного устрою цих країн є корисним для України, адже в цих країнах також існували сепаратистські ідеї в деяких регіонах, і саме завдяки реформам ці прояви значно зменшились.

Детальніше, дослідити регіональну трансформацію Італії та Іспанії, можливо завдяки аналізу їх Конституцій та наукових праць таких вчених, як Курілов Ю. Ю. та Ковбасюк Ю. В.

Спершу розглянемо Італійську Республіку. Вона є децентралізованою унітарною державою з елементами федералізму. Відповідно до положень розділу V Конституції адміністративно-територіальними одиницями в Італії виступають: регіони (області), провінції, міста із статусом метрополій та муніципалітети. Італійська держава складається із 20 регіонів, близько 110 провінцій, 8 092 комун та 15 міст зі статусом метрополій [2, с. 8].

В Італії існують 15 регіонів звичайних та 5 регіонів, з особливим статусом автономії до них належать: Трентіно-Альто-Адідже (складається з двох автономних провінцій Больцано-Бочен і Тренто); Валле-д’Аоста; Фріулі-Венеція-Джулія; Сицилія; Сардинія.

Останні два регіони, де мешкають етнічні меншини, були створені з метою зниження загрози сепаратистських рухів та етнічної напруженості. Посилення у 90-ті рр. ХХ ст. вимог місцевої автономії спричинили проведення регіональної реформи. Регіони з особливим статусом мають ширші повноваження, ніж 15 “звичайних” регіонів, наприклад, в освіті або у сприянні промисловій діяльності. Регіони забезпечені законодавчими та адміністративними повноваженнями, насамперед у галузях сільського господарства, торгівлі, охорони здоров’я, туризму, громадських робіт та міжміського громадського транспорту. Для цього регіони можуть залишати від 60% (Фріулі-Венеція-Джулія) до 100% (Сицилія) всіх стягнутих податків [3, с. 143].

Стаття 121 Конституції Італії зазначає: органами Регіону є регіональна Рада, Виконавчий Комітет та його Голова. Регіональна Рада здійснює законодавчу владу, якою наділений Регіон, та інші функції, довірені їй Конституцією та законами. Він може вносити законодавчі пропозиції до Палати. Виконавчий Комітет є виконавчим органом Регіону[4].

Наступною ланкою управління є провінція. За законом провінція може бути створена лише за наявності 200 тис. населення. Провінції здійснюють координаційну діяльність у сфері економіки, виробництва, торгівлі, туризму і в соціальній сфері. До їх компетенції належать також охорона навколишнього середовища та культурних цінностей, транспорт і дорожня мережа, унітарні служби, мисливство та рибальство [2, с. 9].

Наступною ланкою адміністративно-територіального устрою Італії є комуни – це найдрібніші адміністративні одиниці. Комуни дуже різноманітні за розмірами; найбільшою комуною Італії за площею і населенням є Рим (1307,71 км², 2 761 477 осіб), найменшою за площею – Ф’ера-ді-Прімьєро (0,15 км²), за кількістю населення – комуна Педезіна (34 особи)

[2, с. 9]. Стаття 118 Конституції зазначає, що виконання адміністративних функцій належить до ведення комун, за винятком тих, які для забезпечення їх одноманітного виконання надані Провінціям, столичним містам, Регіонам та Державі [4].

Іспанія – це парламентська монархія. Вся територія Іспанського королівства поділяється на 17 автономних областей: Андалузія, Арагон, Астурія, Балеарські острови, Країна Басків, Канарські острови, Кантабрія, Кастилія і Леон, Кастилія-Ла-Манча, Каталонія, Естремадура, Галісія, Мадрид, Мурсія, Наварра, Ріоха, Валенсія, що поєднують 50 провінцій, Мелілья та Сеута – міста на території Марокко, які належать Іспанії [5, с. 148].

Першою ланкою адміністративно-територіального устрою є автономні співтовариства. Нині в країні їх налічується 17. Утворення автономних співтовариств передбачене Конституцією 1978 р. Автономні співтовариства мають власні статuti; уряди співтовариств розділяють владу з центральним урядом. Представницькими органами автономних співтовариств є парламенти кожен із цих виконавчих органів складається з голови (Presidente) і радників (Consejero) [5, с. 148-149].

Наступною ланкою є провінції – їх налічується 50, плюс два так звані автономні міста в Африці – Сеута і Мелілья. Представницькими органами провінцій є провінційні депутації, виконавчими органами – управи уряду, кожна з яких складається з голови і вокалів. Конституція Іспанії ст. 149 містить перелік справ які належать до повноважень провінції:

- 1) Створення своїх органів самоврядування.
- 2) Зміна меж муніципалітетів, що є на їх території та взагалі здійснення функцій, пов'язаних з діяльністю місцевих органів влади, що належать до ведення органів державного управління, передача яких дозволяється законодавством про місцеве самоврядування.
- 3) Територіальне, містобудівне та житлове будівництво.
- 4) Будівництво у межах інтересів та території автономної Спільноти.
- 5) Залізничі та шосейні дороги, що повністю проходять на території автономної Спільноти, транспорт та провідний зв'язок на них (також на території автономної Спільноти).
- 6) та інші передбачені ст. 149 Конституції Королівства Іспанії [6].

Провінції діляться на комарки, а комарки, у свою чергу, - на муніципії (аж до окремих селищ і навіть кварталів у рамках населених пунктів). Муніципії найменша та остання ланка адміністративно-територіального устрою Іспанії.

В Іспанії немає ієрархічної різниці між законами держави та самокерованих автономій. Обидва види законів вважаються рівними, оскільки обидва підкоряються Конституції. Вони не домінують один над одним за принципом ієрархії, оскільки підкоряються принципу компетенції [7, с. 9].

У контексті посилення децентралізації у взаємодії між центральними, регіональними та місцевими органами влади для України становить інтерес практика адміністративно-територіального поділу в Італії та Іспанії.

Отже, проаналізувавши регіональну трансформацію Іспанії та Італії, можна зробити висновок, що адміністративно-територіальний устрій цих держав є багатоскладовим. В Італії адміністративно-територіальний поділ, являє собою 3 ланки управління: регіони, провінції та муніципалітети. Конституція, закріплює повноваження цих ланок. В Іспанії адміністративно-територіальний устрій дещо складніший. Він включає 4 ланки: автономні співтовариства, провінції, комарки та муніципії.

Особливістю устрою, цих двох країн є те, що вони наділяють певними правами та обов'язками кожному ланку. Також, там формування найвищої ланки (в Італії – регіони, в Іспанії – автономні співтовариства) відбувається не лише через географічне розположення, а й враховуючи історичний розвиток та культурне різноманіття. Також, в Іспанії та в Італії регіони, наділені значними фінансовими можливостями. В регіональні бюджети, направляється більша частина податків, якими регіони розпоряджаються.

Перелік посилань

1. Ковбасюк, Ю. В. Регіональне управління: навч. посіб. [Текст] / Ю. В. Ковбасюк – Київ: НАДУ, 2014. – 740 с.

2. Ковбасюк, Ю. В. Система державного управління Італійської Республіки: досвід для України: навч. посіб. [Текст] / Ю. В. Ковбасюк. – Київ: НАДУ, 2012. – 48 с.
3. Сталенна Л. Проведення регіональних реформ Італії та Франції як метод протидії сепариським проявам [Текст] / Л. Сталенна // Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. – 2015. – С. 139-149.
4. Конституція Італійської республіки. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wwwext.comune.fi.it/costituzione/cirillico.pdf>.
5. Світові моделі державного управління: досвід для України: навч. посіб. [Текст] / Ю. В. Ковбасюк С. В. Загороднюка, П. І. Крайніка, Х. М. Дейнеги. – Київ: НАДУ, 2012. – 612 с.
6. Конституція Королівства Іспанія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vivovoco.astronet.ru/VV/LAW/SPAIN.HTM#80>.
7. Курілов Ю. Ю. Децентралізація влади: досвід Іспанії щодо адміністративно-територіального поділу [Текст] / Ю. Ю. Курілов // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2017. – №2(18). – С. 1-13.
8. Плясов В. С. Досвід регіональної трансформації в ЄС: прецеденти Італії та Іспанії [Текст] / В. С. Плясов // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2018. – С. 31–40.

Кальян А. В., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-201 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», anastasiakalian@gmail.com
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС ВНУТРІШНІХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ

Взаємодія будь-якого громадянина зі своєю державою реалізується шляхом закріплення його прав та обов'язків у законодавчих нормативних актах. Надання особі певного правового статусу змушує державу виокремити коло своїх обов'язків та гарантій у адміністративно-правових відносинах із нею. Науковий доробок, котрий стосується розкриття проблеми належного регулювання правового статусу особи є доволі широким. Але сфера врегулювання питання, зокрема, адміністративно-правового статусу внутрішньо переміщених осіб, внутрішніх переселенців, є мало дослідженою. Це сильно впливає на шляхи поєднання наукового та практичного вирішення проблематики міграції всередині держави.

Таке питання стало особливо актуальним в умовах збройного конфлікту на Сході України та анексії Автономної Республіки Крим. Тож визначення переліку належних внутрішнім переселенцям прав та обов'язків, державних гарантій, способів обліку кількості таких осіб, шляхів надання їм соціальних пільг є відкритим та необхідним до розгляду.

Основним нормативним актом, що регулює правовий статус внутрішніх переселенців є Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб». Стаття 1 цього правового акту містить визначення безпосередньо внутрішньо переміщеної особи – це громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в державі, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру [1]. При цьому місцем проживання вважається адреса, за якою особа проживала у період утворення обставин, зазначених вище. Визначення цього поняття з'явилося в Україні вперше лише з прийняттям цього Закону у 2014 році.

При цьому держава вживає заходи, що стосуються уникнення внутрішнього переміщення, застосованого примусово, дотримання та захисту прав і свобод переселенців, облаштування умов задля повернення цих осіб до попереднього місця проживання добровільно чи їх інтеграції у зв'язку із залишенням на новому місці проживання.

Будь-яка внутрішньо переміщена особа підтверджує такий юридичний факт безстроковою довідкою (виданою структурним підрозділом з питань соціального захисту населення), що допомагає стати на облік. Таку довідку може отримати навіть дитина без супроводу батьків чи інших законних представників. Внутрішнього переселенця вносять до Єдиної інформаційної бази даних про внутрішньо переміщених осіб, функціонування якої забезпечується Кабінетом Міністрів України. Перебування у цій базі дає переселенцям змогу працевлаштуватися, оформити пенсійні виплати, потрапити в Реєстр загальнообов'язкового державного соціального страхування, отримати якісну освіту та соціальні послуги.

Що стосується кола можливостей внутрішньо переміщених осіб, то вони мають право на:

- реалізацію права голосу на виборах Президента України;
- пошук та відновлення цілісності родинних зв'язків;
- інформування про місцезнаходження родичів та зниклих членів сім'ї;
- безпеку умов життя та здоров'я;
- достовірність інформації про загрози життю і здоров'ю на колишньому місці проживання та у місці її тимчасового перебування;
- належні умови для постійного чи тимчасового проживання;
- оплату комунальних послуг за встановленими законодавством тарифами;
- можливість тимчасового проживання протягом 6 місяців після взяття на облік;
- сприяння поверненню на місце попереднього проживання;
- сприяння переміщенню майна особи, що належить до категорії рухомого;
- реалізацію отримання лікарських засобів;
- отримання медичної допомоги в комунальних та державних установах охорони здоров'я;
- відвідування дітьми дошкільних та загальноосвітніх установ;
- реєстрацію актів цивільного стану та внесення змін до них та інші.

До обов'язків внутрішніх переселенців належать наступні:

- дотримання Конституції та законів України;
- повідомлення про зміну місця проживання до структурного підрозділу з питань соціального захисту населення;
- відшкодувати фактичні витрати державного чи місцевого бюджетів за подання неправдивих відомостей з метою отримання довідки про взяття на облік [1].

Вищезазначений Закон, як акт, що комплексно регулює проблеми визначення статусу переселенців в Україні з'явився лише у 2014 році – через 9 місяців після анексії Криму та 7 місяців після початку збройного конфлікту у східних областях держави. Тому більша частина населення була неналежним чином проінформована у справах внутрішньо переміщених осіб та відповідно не мала єдиного акту законодавчого регулювання цього питання. До того часу на території України діяли лише окремі документи, що регулювали питання розселення, забезпечення соціальної сфери проживання та реєстрації переселенців: Постанови Кабінету Міністрів України «Питання соціального забезпечення громадян України, які переміщуються з тимчасово окупованої території та районів проведення антитерористичної операції», «Про забезпечення тимчасового проживання сімей, які переселилися з АР Крим та м. Севастополя», «Про державну службу України з питань АР Крим, міста Севастополя та тимчасово переміщених осіб», «Про затвердження порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб, для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та особам, які переміщуються з тимчасово окупованої території України або району проведення антитерористичної операції», «Про облік осіб, які переміщуються з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції», «Про надання щомісячної адресної допомоги особам, які переміщуються з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції, для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг» [2, с. 659-660].

Саме Закон «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» дав визначення поняттю «внутрішньо переміщена особа», врегулював проблему ведення обліку внутрішніх переселенців, реєстрації таких осіб за їх місцем проживання, забезпечив

закріплення норм, котрі мали б належним чином законодавчо забезпечити процес відновлення паспортів, а також інших документів переселенців, закріпив гарантії реалізації права внутрішньо переміщених осіб на зайнятість, гарантував допомогу такій категорії населення у зв'язку із безробіттям, оформленням пенсійного забезпечення, отриманням певних видів соціальних послуг. Цей нормативно-правовий акт закріпив специфічні права та обов'язки переселенців, а також джерела забезпечення фінансової та матеріально-технічної складової таких прав, передбачив допомогу переселенцям у добровільному поверненні до місць попереднього проживання і відкритті доступу до житла, що надається у зв'язку із соціальними потребами або кредитування в іпотеку на умовах пільг для осіб, котрі хочуть поселитися в іншому місці. Так, Закон відповідає стандартам міжнародного зразка, зокрема «Керівним принципам з питань переміщення осіб всередині країни», котрі були створені у зв'язку з дорученням Комісії з прав людини та Генеральної Асамблеї ООН у 1998 році. «Керівні принципи з питань переміщення осіб всередині країни» - це міжнародний документ, що має цілісну структуру та регулює статус переселенців. Попри свій рекомендаційний характер вони відображають мінімальний перелік міжнародних норм, що стосуються прав людини та положень гуманітарного права [3, с. 260].

Попри існування чіткої законодавчої бази, поняття внутрішньо переміщеної особи та біженця доволі часто плутають. У чому ж різниця? Біженці, покидаючи місце постійного проживання, з причин, подібних до ситуації внутрішньо переміщених осіб, під час свого переміщення перетинають кордон іншої держави. Саме біженці перебувають під захистом міжнародних конвенцій та статутів, тоді як внутрішні переселенці залишаються під протекторатом уряду своєї країни та користуються лише тими правами, котрі передбачені універсальними та регіональними актами, угодами [4, с. 215-216].

Отже, адміністративно-правовий статус внутрішньо переміщених осіб необхідно тлумачити як визначений законодавчо, тимчасово належний, додатковий перелік правових можливостей та обов'язкових дій, котрі надаються особі, переміщеній всередині країни з причин та підстав, передбачених Законом України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» у дусі дотримання «Керівних принципів» ООН.

Перелік посилань

1. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб: Закон України від 20.10.2014 р. № 1706-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (дата звернення 23.10.2021).
2. Гожда К. Є., Рекотова О. П. Генезис поняття внутрішньо переміщених осіб. *Молодий вчений*. 2018. № 4 (56). С. 659-662.
3. Козинець І. Г., Шестак Л. В. Міжнародні стандарти захисту та допомоги внутрішньо переміщеним особам. *Молодий вчений*. 2014. № 12 (15). С. 258-261.
4. Козинець І. Г. Про співвідношення понять «біженці» та «особи, переміщені всередині країни». *Держава і право*. Збірник наукових праць. 2009. Випуск 45. С. 213-219.

Канаєва В. В., здобувачка вищої освіти, групи МКПР-211

Національного університету «Чернігівська політехніка», viktoria.kanaieva@gmail.com

Науковий керівник: Пузирна Н. С., канд. юрид. наук доцент

Національного університету «Чернігівська політехніка», natasha-1981@ukr.net

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ТИПОЛОГІЇ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ, ЇЇ СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕРЕД ІНШИХ ПРАВОВИХ СИСТЕМ СУЧАСНОСТІ

Стрімкі темпи розвитку суспільних відносин зумовлюють потребу в їх обґрунтованому, ефективному та доцільному врегулюванні. Нові сфери суспільного життя все частіше заповнюють правовий простір та розширюють межі правового втручання держави в особі її інститутів.

Дослідження перспектив подальшого розвитку інститутів держави та громадянського суспільства невід'ємно пов'язані з аналізом існуючої правової системи України як стимулюючого чинника реалізації прав, свобод, законних інтересів суб'єктів суспільних відносин, гарантій їх забезпечення та захисту з метою побудови демократичної, соціальної, правової держави, заснованої на принципах законності та верховенства права.

Варто зазначити, що формування правової системи України відбувалося в складних умовах з огляду на її історичний розвиток, геополітичне становище, ідеологічний вплив часто протилежних соціально-економічних та політичних переконань, філософських концепцій тощо.

У зв'язку із вищенаведеним, дослідження науково-теоретичних підходів до типології правової системи України, формування концепції її розвитку, визначення шляхів оптимізації її правових засад та визначення місця і ролі права потребує осмислення поняття правової системи в цілому, підвалин становлення правової системи держави та її функціонування серед інших правових систем сучасності.

Без обґрунтованого аналізу зазначених аспектів правової системи України, складно надати відповідь на питання щодо факторів стимулюючої дії механізму реалізації цілей та принципів правової системи, умов її ефективної та доцільної структурно-функціональної упорядкованості тощо. Важливим є те, що від дослідження зазначених питань залежить не тільки визначення закономірного характеру формування правової системи України, її інститутів як регуляторів суспільних відносин, а й передбачення перспектив їх розвитку з метою удосконалення їх правового врегулювання в майбутньому задля уникнення правових колізій, нівелювання законодавства з боку тих чи інших осіб, правового нігілізму, неможливості побудови свідомого громадянського суспільства тощо.

Поняття правової системи є одним із основних та найбільш досліджуваних у сучасній юридичній науці як серед вітчизняних, так і серед міжнародних науковців.

Правову систему можна визначити як сформовану під впливом об'єктивних закономірностей розвитку суспільства сукупність всіх його правових явищ, які перебувають у стійких зв'язках між собою та з іншими соціальними системами, взаємопов'язаних між собою систем права та засобів її реалізації [1, с. 413].

На думку Н. М. Онищенко, правова система - це об'єктивне, історично закономірне правове явище, яке включає взаємозв'язані, взаємозумовлені та взаємодіючі компоненти: право і законодавство, що втілює його, юридичні установи, юридичну практику, механізм правового регулювання, суб'єктивні права й обов'язки, правову діяльність і правовідносини, правосвідомість і культуру, правову ідеологію, законність і правопорядок, юридичну відповідальність тощо [2, с. 20].

Правова система це складне та багатоаспектне явище, яка складається з багатьох системоутворюючих частин, що взаємодоповнюють одна одну, утворюючи цілісну та багатофункціональну структуру, що має не лише нормативний, але й організуючий вплив в усіх сферах суспільного життя з огляду на її основні ознаки.

На думку О. Мурашина та М. Мірошниченко, якщо звести комплекс соціальних, юридичних та соціокультурних ознак правової системи України до спільного знаменника, то можна констатувати, що: 1) національна правова система України – це система, що відображає соціально-економічну, політичну і культурно-історичну своєрідність розвитку українського народу (вираження ментальних рис народу, сформованого в націю); 2) ядром правової системи України є українське право, що розвивається на основі традицій та інновацій [3].

З огляду на вищезазначені ознаки, автори стверджують, що правова система України у контексті генезисної структури правових систем, як підсистеми суспільства, що є цілісним соціально-правовим, нормативно-регулятивним комплексом з відповідними соціально-юридичними межами правового впливу та правового регулювання на соціум, функціонує в чітко визначених територіально-державних (або політико-географічних) межах України та інтегрує найсуттєвіші риси українського права [3].

На даному етапі свого розвитку, правова система України належить до романо-германської правової сім'ї, основними ознаками якої є: 1) формування на основі рецепції римського права; 2) поділ права на приватне та публічне; 3) нормативно-правові акти – основне джерело права; 4) поширене кодифіковане законодавство; 5) юридична термінологія є уніфікованою; 6) у процесі розробки законодавства вирішальну роль відіграє теорія, а не практика; 7) пануючий принцип права – принцип верховенства права, який є основою сучасної демократичної держави [4, с. 529].

В умовах еволюції суспільних відносин, національна правова система зазнає трансформації, яка є результатом появи нових державних інститутів, розширення кола суб'єктів та об'єктів відносин, їх змісту. У результаті зазначеного розвитку, відбуваються зміни в структурі джерел національного права, дедалі більшого значення набувають міжнародні правові акти, помірно розвивається інститут судового прецеденту (що є характерною ознакою англо-саксонської правової сім'ї).

Важливими змінами в правовій системі України супроводжуються регулятивні заходи держави, обумовлені соціальними, економічними, політичними, ідеологічними, безпековими ризиками, з якими зіткнулась Україна за останні роки. Анексія Криму, війна на Сході, енергетична загроза, численні порушення прав людини внаслідок військових дій, революційні процеси, пошук ефективних заходів протидії зовнішнім загрозам щодо державного суверенітету та територіальної цілісності держави та інше, – спричинили появу принципово нових проблем. Істотній зміні піддається концепція прав і свобод людини і громадянина, яка перетнула межу національного врегулювання і вийшла на наддержавний, міжнародний рівень. Визначальним в цьому плані стає питання гарантії їх реалізації, дотримання та захисту відповідно до принципів та стандартів міжнародного права. Зазначені обставини зумовлюють необхідність подальшого дослідження розвитку правової системи України, її компонентів у контексті правової інтеграції у міжнародне законодавство та визначення механізму взаємодії національної правової системи та правової системи ЄС.

Таким чином, подальший розвиток і трансформаційні процеси правової системи України, її ефективна взаємодія з міжнародними правовими системами значною мірою залежить від фундаментальних засад та основоположних принципів її формування, здатності державних інституцій своєчасно та ефективно реагувати на виклики та загрози, вирішувати проблеми та конфлікти правовими методами, забезпечувати та гарантувати захист прав та свобод людини і громадянина, дотримуючись принципу верховенства права та орієнтації на міжнародні стандарти. З огляду на вищезазначене, дане питання потребує більш детального дослідження та не втрачатиме своєї актуальності надалі.

Перелік посилань

1. Сухонос В. В. Теорія держави і права : [Навчальний посібник] / В. В. Сухонос. Суші : ВТД «Університетська книга», 2005. - 536 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/47858/1/Sukhonos_ml_TDP_uchebnik.pdf.

2. Оніщенко Н. М. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку правової системи : автореф. дис. докт. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень» / Н. М. Оніщенко. К., 2002. 32 с.

3. Мурашин О., Мірошніченко М. Правова система України в генезисній структурі правових систем: поняття і основні ознаки. Методологія теорії і практики юриспруденції. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/urid_2013_1_3.

4. Крестовська Н. М., Матвеева Л. Г. Теорія держави і права : підручник. Практикум. Тести: підручник. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : Юрінком Інтер, 2019. 584 с.

Карповець В. С., здобувачка вищої освіти, групи ЦГЮ-201,
Національний університет «Чернігівська політехніка», superk.valentine@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ІСТОРИЧНІ ОБСТАВИНИ, ЩО ВПЛИНУЛИ НА СТАНОВЛЕННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Протягом багатьох століть територія України перебувала під контролем різних держав, що вплинуло на розвиток культури, мови, правової системи нашої держави. Дослідження історичних обставин, що вплинули на становлення комплекс юридичних засобів, що регулюють суспільні відносини та юридичні явища необхідне для розуміння правової системи сучасної України та об'єктивного висвітлення її історії. Аналізом цього питання займалися такі видатні вчені як М. Грушевський, Ю. Битяк, Л. Воронова, М. Цвік, О. Петришин, та ін.

Правова система України розвивалася у складних умовах, що обумовлено різними чинниками: відсутність державної незалежності протягом великих історичних періодів, геополітичне положення України та відповідний ідеологічний вплив іноземних концепцій на українське суспільство.

Своєрідність української національної правової системи зумовили певні історичні обставини.

1. Пов'язаність із Руською Правдою – найвідомішою пам'яткою Київської Русі. Вона відіграла важливу роль серед джерел права в Україні, адже значно вплинула на правові системи Польського королівства та Великого князівства Литовського, що мали в своєму складі українські землі. Руська Правда має місцевий характер, стала результатом становлення та розвитку юридичних ідей у Київській Русі та відбила ті суспільні відносини, що створилися у даній державі, фіксуючи у своїх нормах порядки, зумовлені характером давньоруського феодального суспільства [1, с. 24].

2. Вплив польсько-литовського періоду. Правова система Великого князівства Литовського та відомі джерела цього періоду (Литовські статuti 1529, 1566 і 1588 років) мали вагомий вплив на формування українських правових ідей і праворозуміння. На розвиток права вплинули, наприклад, надання привілеїв на права литовськими та польськими королями та князями спочатку українській шляхті, міщанству, духовенству, а згодом і козацтву, литовські статuti, новий статус українських земель [2, с. 235].

3. Дія Магдебурзького права на українських землях. Магдебурзьке право – це найбільш поширений у містах Центрально-Східної Європи варіант німецького права, що виник у XII ст. Надавало міську автономію для нових поселенців, міське самоврядування із власним судочинством, що здійснювалося через виборні органи – раду та лаву або діничного в'їта, спадкоємне та відчужувальне право на міську нерухомість на певних умовах, постійний чинш як феодальну ренту, свободу вибору занять [3]. У середині XV ст. Магдебурзьке право діяло в деяких українських містах, наприклад, Львів, Луцьк, Київ, Житомир, Вінниця, Острогоз, значно впливало на розвиток місцевого самоврядування.

4. Правова система України в період Гетьманщини. Винятковим явищем в історії Європи є політичні програми українських гетьманів. Саме у період Визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького український народ позбувся польського ярма, відродив державність, зміг створити Козацьку республіку, об'єднавши майже всі українські землі, а Зборівський договір 1649 р. закріпив автономію Козацької держави. Значну роль у формуванні правової системи того періоду грав Переяславський договір, укладений у 1654 р., який було конкретизовано у «Березневих статтях». Він закріплював збереження Козацької держави з усіма правами та привілеями козаків та їх старшини. У 1710 році була складена та прийнята перша українська конституція – конституція Пилипа Орлика. Вона передбачала розподіл влади на законодавчу, тобто Генеральна рада, виконавчу, тобто гетьманська, полкова та сотенна канцелярії, та судову, тобто система судів, Генеральний суд. Було закріплено створення парламентсько-гетьманської козацької республіки [4].

5. Перебування українських земель у складі різних держав (XIX – поч. XX ст.). У цей період на правову систему України впливають різні правові традиції та правові системи держав, у яких вони перебували, зокрема Російської та Австро-Угорської імперії. Вперше почалися розмови про фундаментальні права людини та демократизацію в імперіях.

6. Віднесення правової системи України до соціалістичного типу. Підставою цьому є перебування України у складі СРСР більше 70 років. Радянська правова система в Україні розвивалася з прийняттям Конституцій 1917, 1929, 1937, 1978 рр. Скасування приватної власності відчутно вплинуло на цивільно-господарське право. Але з'явилася і смертна кара через розстріл і залишалася таємна поліція – КДБ, що переслідувала людей всупереч законам, що не були гуманними щодо українського та інших народів СРСР.

Створення і розвиток сучасної української правової системи зумовлене умовами, що виникли після проголошення важливих документів, як Декларація про державний суверенітет від 16.07.1990 р. і Акт про незалежність України від 24.08.1991 р. Також на формування правової системи України вплинуло прийняття Конституції України (1996 р.), у якій закріплено основні правові засади та напрями її політичного, економічного та соціально-культурного розвитку.

Отже, правова система України сформувалася під значним впливом країн Азії та Європи. Сучасна українська правова система належить до романо-германської правової сім'ї, оскільки багато століть перебувала під впливом Речі Посполитої, Російської та Австро-Угорської імперій, СРСР. Незалежність та подальший розвиток України також впливає на її правову систему через міжнародні акти та договори.

Перелік посилань

1. Чистяков, О.И. Российское законодательство X–XX веков: в 9 т. [Текст] / О.И. Чистяков. – М.: Юридическая литература, 1984. – Т. 1: Законодательство Древней Руси. – 432 с.

2. Битяк, Ю.П., Воронова, Л.К. та ін. Правова система України: історія, стан та перспективи: у 5 т. [Текст] / Ю.П. Битяк. – Х.:Право,2008. – Т.1:Методологічні та історико-теоретичні проблеми формування і розвитку правової системи України.–728 с.

3. Магдебурзьке право [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Magdeburzke_pravo.

4. Конституція Пилипа Орлика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://archives.gov.ua/wp-content/uploads/14-33.pdf&ved=2ahUKEwjBouO9zI3yAhWIAhAIHQDOCOkQFjAEegQIBRAC&usq=AOvVaw0AKMdRWSz0V1t9pDuPtaYE&cshid=1627744481047>.

Кисельов М. С., здобувач вищої освіти, групи ЦГЮ-201,
Національний університет «Чернігівська політехніка», nikita_kiselev0321@ukr.net
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ДИРЕКТОРІЯ 1918 РОКУ. ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Під час Української революції з 1917 по 1921 роки тривали пошуки оптимальної моделі держави. Згодом ідея конституційної монархії набула певної популярності.

Після Жовтневої революції ідеї радянської влади стали реальною альтернативою суспільному розвитку. Директорія УНР, як і інші українські уряди того часу, мав декілька особливостей, включаючи більш тривалий час роботи (з грудня 1918 р. по листопад 1920 р.) та меншу гнучкість, що могло бути отримано з довгострокових пошуків найкращої моделі влади.

У перші дні свого правління керівники країни були впевнені, що Директорія тимчасово буде існувати до скликання органу представницької влади. Існуючі альтернативи були спрощені та спрощені у дві моделі: парламентську та радянську. У той же час, деякі політичні лідери не мали чітких орієнтирів для побудови держави і або приймали ефектні гасла мітингу, або відмовлялися від своїх ідеологічних переконань. Значне погіршення ситуації пояснюється тим, що прихильники протилежної моделі не тільки працюють в одному державному органі, але й часто відкрито ігнорують вказівки та заходи, що не узгоджуються з їхньою концепцією авторитету та особистими переконаннями.

Спочатку В. Винниченко відстоював ідею диктатури пролетаріату, але оскільки він був у меншості, він оприлюднив ідею «трудова рад». За його словами, це буде «диктатура трудового народу», тобто громадян, які не живуть за рахунок праці інших [1, с. 141].

Історичний шлях заснування України був надзвичайно складним. Історія становлення Української держави нараховує сотні років і триває донині. Однак у різні історичні періоди має характеристики, які слід враховувати на цьому етапі.

Період Української національно-демократичної революції з 1917 по 1920 рік став переломним в історії країни. Після тривалого періоду затишшя бажання українського народу створити власну країну здійснилося. Після того, як Директорія прийшла до влади розпочався наступний етап становлення української держави та її конституційного оформлення.

Епоха Директорії містить неоднозначний досвід українського державотворення. Цей період в українській історії є одним із найбільш суперечливих. Зокрема, не лише у вітчизняній історії, а й у дослідженнях, опублікованих вченими, розкиданими за кордоном.

У Декларації Директорії від 26 грудня 1918 р. зазначалося, що політична основа для відновлення УНР полягала у забезпеченні «трудова принципу» організації влади. За словами її творця, вона ввібрала найкращі риси Радянського Союзу та парламенту. Це платформа для того, щоб не сваритися з українськими політичними силами, які розгромили Гетьманат до кінця, і стали теоретичною основою для початку створення національного фундаменту. Тому, щоб зберегти єдність української політичної влади, уряд обрав шлях компромісу між парламентською демократією та Радянською Республікою. Він включав створення трудового комітету по вертикалі: від низових округів та провінцій до центрального з'їзду працівників. Однак декларація не усунула корінних розбіжностей в українській політиці щодо питання українських національних та політичних систем.

Незабаром почалася активна робота з підготовки та скликання Конгресу трудящих. Ще 26 грудня 1918 р. Директорія прийняла декларацію: програмний документ, що пояснював, що відтепер усі повноваження мають належати робітникам і селянам. Водночас пояснюється поняття «трудова інтелігенція», а інтелектуальним представникам, які мають безпосереднє відношення до народу, надається право голосу: фельдшери, медперсонал, вчителі державних шкіл, службовці [2, с. 127].

Під час трудового з'їзду або з'їзду трудящих, що проходив з 23 по 28 січня 1919 р., дискусія про вибір одного з двох способів державного будівництва була найбільш очевидною. Конгрес провадився на основі типової парламентської діяльності: процедурних дебатів, міжфракційних резолюцій, заяв тощо [3, с. 390].

Основною проблемою в майбутньому стало визначення форми правління. Питання, які були підняті та обговорені на Вінницькій конференції, стали темою бурхливого обговорення. Було запропоновано передати весь контроль до Комітету робітників і фермерів. Несподівано з'явилася влада прихильників парламентського уряду, і цю владу відстоювала більшість представників. В останній день конференції, після запеклих дебатів та компромісів, був прийнятий «Закон про форму влади в Україні», який був позначений тематикою, і в деяких аспектах були певні суперечності.

Зіткнувшись із загрозою більшовицької окупації, Трудовий конгрес видав «Універсал», після чого припиняє свою роботу. Згідно з цим документом, Директорія отримала право «Верховної влади України», таким чином стала органом влади. Знову наголошувалося, що Директорія та уряд мають передати цю справу на вибори до «Національних зборів» [6, с. 465-466].

Поступово все більше і більше владу перехоплював С. Петлюра, зіткнувшись із дилемою продовження безцільних дискусій або фактичного будівництва країни, він обрав останній шлях. Після виїзду Ф. Швеця та А. Макаренка за кордон, було встановлено його одноосібне правління.

Водночас ідеї радянського режиму продовжували набирати обертів. Збільшення його прихильників пояснюється важкими часами правління та ускладненням військової політики. Так, на ідеї радянської влади базувався Центральний повстанський штаб, який був утворений представниками УПСР, УСДРП та УСДРП-незалежників.

В умовах подальшого ускладнення зовнішньої політики, позиції урядовців та воєначальників, які намагалися вийти із скрутного становища за допомогою радянських гасел, знову посилилися. Особливо на військовій нараді в Старокостянтинові (26 листопада 1919 р.). За словами С. Петлюри, за відчайдушних обставин заклик до «визнання Радянської влади в Україні» та союз з російськими більшовиками почали отримувати певну підтримку [5, с. 155]. Однак більшість прихильників правлячої лінії продовжують відстоювати ідею парламентської системи. Наприклад, щодо фактичного припинення Директорії (15 листопада 1919 р.), її члени випустили колективну заяву про тимчасовий характер одноосібного правління.

Отже, бажання відновити Українську державу було зруйновано, змінився і тон політичних прагнень України. Водночас більшість українських керівників того часу продовжували відстоювати ідеї конституціоналізму, парламентаризму та децентралізації навіть у надзвичайно складних військово-політичних умовах.

Перелік посилань

1. Винниченко В. Відродження нації: у 3-х ч. Ч. 3. Київ: Відень, 1990. 542 с.
2. Шаповал М. Велика революція і українська визвольна програма. Прага: друк. «Вільна спілка», 1927. 324 с.
3. Бевз Т. А. Партія соціальних перспектив і національних інтересів (Політична історія УПСР): монографія. Київ: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 587 с.
4. Директорія, Рада Народних Міністрів Української Народної Республіки. Листопад 1918 – листопад 1920 рр.: документи і матеріали: у 2-х т., 3-х ч. Т. 2 / упоряд.: В. Верстюк (керівник) та ін. Київ: Вид-во ім. Олени Теліги, 2006. 744 с.
5. Мазепа І. Україна в огні й бурі революції, 1917–1921: у 3 ч. Ч. 2. Кам'янецька доба – Зимовий похід. Мюнхен: Вид-во «Прометей», 1951. 246 с.

**Костюченко Н. Д., здобувачка вищої освіти,
гр. КЮ-202 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
kostiuchenkonatasha@gmail.com**

**Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net**

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ІНОЗЕМЦІВ ЗА ПОРУШЕННЯ МІГРАЦІЙНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

Питання щодо адміністративної відповідальності за порушення міграційного законодавства іноземними громадянами в Україні є досить актуальним на сьогодні, оскільки багато хто з них не дотримується законів і тим самим породжує настання юридичних наслідків. У випадку порушення норм міграційного законодавства до винної особи можуть бути застосовані заходи юридичної відповідальності.

Стаття 68 Конституції України (далі - КУ) зазначає, що кожен зобов'язаний неухильно додержуватися Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей. Незнання законів не звільняє від юридичної відповідальності [1]. З цього можна зробити висновок, що обов'язок іммігранта дотримуватися КУ та законів, які діють на території України, бо він тісно пов'язаний з поняттям юридичної відповідальності. Адміністративна відповідальність є видом юридичної відповідальності і її можна розглядати як спосіб охорони суспільних відносин, що відбувається у сфері міграційних процесів в Україні.

У статті 16 Кодексу України про адміністративні правопорушення визначається, що іноземці і особи без громадянства, які перебувають на території України, підлягають адміністративній відповідальності на загальних підставах з громадянами України [2]. Стаття 23 Закону України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства» також передбачає, що нелегальні мігранти та інші іноземці та особи без громадянства, які вчинили злочин, адміністративні або інші правопорушення, несуть відповідальність відповідно до закону [3].

Види адміністративних правопорушень міграційного законодавства містяться у главі 15 КУпАП «Адміністративні правопорушення, що посягають на встановлений порядок управління». Так, наприклад, ст. 203 (частина перша) - порушення іноземцями та особами без громадянства правил перебування в Україні і транзитного проїзду через територію України, 203-1 - невиконання рішення про заборону в'їзду в Україну. 204-1 - незаконне перетинання або спроба незаконного перетинання державного кордону України тощо.

Законодавством передбачено такі види заходів адміністративної відповідальності за відповідні правопорушення як штраф, заборона в'їзду, примусове повернення, відмова у перетині кордону та примусове видворення, кожне з яких має свої особливості.

Найпоширенішим видом можна вважати штраф. Стягнення у вигляді штрафу іноземці можуть отримати за проживання без документів, що надають право проживати на території України, або ж за недійсними документами, чи документами у яких закінчився термін дії. Штраф передбачений за працевлаштування без відповідного дозволу чи відсутність реєстрованого місця проживання. Також варто зазначити, що несплата штрафу може бути підставою для заборони в'їзду в Україну терміном на 3 роки.

Заборона в'їзду як захід адміністративної відповідальності передбачений ЗУ «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», ст. 13 закону визначає доволі широкий перелік підстав, за якими забороняється в'їзд до України. Такими підставами є: надання особою неправдивих, підроблених чи зіпсованих документів таких як паспорт або віза; якщо в'їзд загрожуватиме національній безпеці України або це необхідно при захисті прав і законних інтересів громадян, громадського порядку; при порушенні правил перетину кордону чи санітарних норм; невиконання рішення суду або інших уповноважених органів державної влади, тощо [2]. При наявності таких підстав особі забороняється в'їзд на територію України строком на 3 роки. При невиконанні вищезгаданого рішення заборона в'їзду може тривати 10 років. Заборонити в'їзд на 5 років можливо у випадку незаконного перетину кордону поза пунктами пропуску. Також варто зазначити рішення про заборону в'їзду на територію України приймається тільки органами Служби безпеки України, Державною прикордонною службою, або ж відповідним територіальним органом Державної міграційної служби.

Іншим видом заходу адміністративної відповідальності можна вважати такий примусовий адміністративний захід за порушення українського міграційного законодавства як примусове повернення. Законодавцем було визначено ряд причин, через які іноземця може бути повернуто до країни походження [3]. У іноземця вилучається документи, які дозволяють знаходитися в Україні, або віза. Також до порушника може застосовуватися заборона подальшого в'їзду на територію країни на 3 роки. Варто зазначити, що рішення про примусове повернення може бути оскаржено в суді (п. 4 ст. 26 ЗУ «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства»).

«Іноземці та особи без громадянства, яким не дозволяється в'їзд в Україну, при спробі в'їзду в Україну в пункті пропуску через державний кордон України не перетинають державний кордон України та в найкоротший строк повертаються в державу, з якої вони прибули, або в державу, яка видала паспортний документ» [3]. Отже, наступним видом адміністративного заходу щодо іноземця чи особи без громадянства є відмова у перетині кордону України. Рішення про відмову у в'їзді в Україну не потрібно плутати з заборонаю в'їзду та примусовим поверненням, бо дане рішення має місце тільки коли іноземець не дотримується правил, щодо перетину кордону. Необхідно додати, якщо особа усуне недоліки через, які було відмовлено у в'їзді, то вона може знову здійснити спробу перетину українського закону.

І останнім та найсуворішим видом адміністративного примусу, на наш погляд, є примусове видворення. Стаття 30 Закону надає дві підстави для примусового видворення іноземця: якщо він не виконав в установлений строк без поважних причин рішення про примусове повернення або якщо є обґрунтовані підстави вважати, що іноземець або особа без громадянства ухилятиметься від виконання такого рішення [3]. Таким особам забороняється в'їзд до України строком на 5 років.

В останній час все частіше можна спостерігати порушення іноземцями норм міжнародного законодавства. Для вирішення цих питань Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію державної міграційної політики України на період до 2025 року. Основними цілями зазначеного документу є: зниження адміністративних бар'єрів для свободи пересування в Україні; створення необхідних умов для повернення та реінтеграції українських мігрантів в українське суспільство; сприяння легальній міграції в Україну, узгодженій із соціальною політикою та економічним розвитком країни. Крім того, документом передбачено удосконалення прикордонного контролю осіб, адаптованого до змінних міграційних потоків та можливостей інтегрованого управління кордонами; посилення контролю за дотриманням міграційного законодавства всередині країни [4].

Також варто згадати про практичний етап цільових профілактичних заходів в сфері запобігання і протидії нелегальній міграції. В результаті проведення цих заходів Управлінням Державної міграційної служби України в Чернігівській області було викрито значну кількість іноземців, які порушували законодавство України (див. рис. 1).

Нікому не секрет, що зараз на польсько-білоруському та польсько-литовському кордоні триває міграційна криза. У разі зміни напрямку руху мігрантами від кордонів Польщі до кордонів України, чому може сприяти Білоруська сторона за погодженням із владою РФ, українська сторона готова захистити державний кордон від його незаконного перетину. Для цього проводяться дії з мобілізації наявних сил та засобів, відпрацьовуються можливі варіанти прориву кордону нашої держави. Також проводяться навчання особового складу Державної прикордонної служби та Національної гвардії України для запобігання порушення цілісності кордону. Крім того вживаються заходи для більш міцного та надійного захисту стін державного кордону, а саме будівництво вздовж усього кордону або річки суцільного паркану, сітки та колючого дроту з 100% покриттям інтелектуальними системами цілодобового відеонагляду та сигналізації [6].

Результати проведеної роботи	2020 рік	2019 рік	Динаміка
Прийнято рішень про примусове видворення (ідентифікація)	2 (2)	15 (0)	-13 (+2)
Примусово видворено (за дорученням ДМСУ - інших органів ДМС)	1 (3)	15(11)	-14 (-8)
Поміщено до ПТШ	3	15	-12
Прийнято рішень про примусове повернення (з них із заборонаю в'їзду)	50 (0)	233 (14)	-183 (-14)
Виконано рішень про примусове повернення	47 (94%)	201 (86%)	-154 (+8%)
Заборонено в'їзд (в тому числі при примусовому видворенні)	31 (8)	50 (15)	-19 (-7)
Притягнуто до адміністративної відповідальності:			
- за ч. 1 ст. 203 КУпАП	147	558	-411
- за ст. 204 КУпАП	4	10	-6
- за ст. 205 КУпАП	27	118	- 91
- за ст. 206 КУпАП	0	1	-1
Накладено штрафів, грн.	346426	1141560	-795134
Стягнуто штрафів, грн.(%)	326536 (94%)	1022678 (90%)	-696142 (+4%)

Рис. 1. Порівняльний аналіз показників результатів роботи з протидії нелегальній міграції.

Джерело: Публічний Звіт за підсумками роботи у 2020 році начальника Управління Державної міграційної служби України в Чернігівській області Ксенії Лук'янець [5].

Отже, підсумовуючи все вище сказане можна зробити висновок, що адміністративна відповідальність за міграційні правопорушення це, насамперед, застосування до особи, яка вчинила адміністративний проступок у міграційній сфері, адміністративних стягнень на підставах і в порядку, встановлених нормами адміністративного права. Також варто наголосити про необхідність упорядкувати норми, які встановлюють адміністративну відповідальність за порушення міграційного законодавства в окремій главі Особливої частини Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Перелік посилань

1. Конституція України від 28.06.1996. № 254к/96-ВР. Дата оновлення 01.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-вр#Text> (дата звернення 19.11.2021).
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Кодекс України від 07.12.1984 № 8073-Х. Дата оновлення 01.10.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n2362> (дата звернення 19.11.2021).
3. Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства: Закон України від 22.09.2011 № 3773-VI. Дата оновлення 14.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3773-17#n134> (дата звернення 19.11.2021).
4. Про схвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року: Розпорядження КМУ від 12 липня 2017 р. № 482-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/250149647> (дата звернення 20.11.2021).
5. Публічний звіт за підсумками роботи у 2020 році начальника Управління Державної міграційної служби України в Чернігівській області Ксенії Лук'янець URL: <https://dmsu.gov.ua/news/region/9045.html> (дата звернення 23.11.2021).
6. Що робить Україна, щоб запобігти міграційній кризі. Відповідає Д. Монастирський. URL: <https://suspilne.media/183081-rada-direktoriv-mvf-pogodila-vidilenna-ukraini-transu-v-rozmiri-700-mln-smigal/> (дата звернення 23.11.2021).

Кот В. В., здобувач вищої освіти, група АЮ-191

Національний університет «Чернігівська політехніка», vladik.kot@ukr.net

Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ПОВНОВАЖЕННЯ МОНАРХА У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ: ЮРИДИЧНО ТА ФАКТИЧНО

Монархія є найдавнішою формою правління. Виникнувши в умовах рабовласницького суспільства, монархія стає головною формою правління у період феодалізму, а в період буржуазного суспільства зберігає лише формальні риси й поступово перестає бути популярною. На думку багатьох вчених однією з основних переваг монархічної форми правління є не формальність у відносинах між монархом та населення (монарх вважається символом єдності та стабільності). У сучасному світі прикладом такого підходу до монарха вважається Великобританія, де монарх є символом нації та гарантом стабільності держави.

У зв'язку з цим особливо актуальною є тема статусу монарха у цій країні, адже на папері британський монарх має значні повноваження, але практично їх реалізація відбувається шляхом передавання королівських повноважень Кабінету Міністрів Великобританії.

Монархія на британських островах існувала ще за часів Римської імперії, але не була єдиною у зв'язку з існуванням значної кількості племен, кожне з яких очолював свій король (вождь). Після вигнання римлян у V столітті до Британії прибули племена англів, саксів та ютів, які утворили власні централізовані королівства. В процесі еволюції королівство Вессекс об'єднало під своєю владою інші племена та перетворилося у королівство англосаксів. Після захоплення у 1066 році Вільгельмом I Завойовником англійська монархія почала формуватися у більш-менш централізованому вигляді. За весь тисячолітній період існування Англії на карті світу, на престолі змінилась досить велика кількість династій, починаючи від Плантагенетів і закінчуючи Віндзорами. На сьогодні королевою Великої Британії з 1952 року є Єлизавета II.

Відповідно до конституції Великобританії монарх є главою законодавчої, виконавчої та судової гілки влади, але на практиці він не реалізує законодавчу владу, виконавчої влади не має, а судова реалізується судами від імені Корони. Державою керує уряд, який в силу двопартійності держави фактично контролює і Парламент [1, с. 44]. Монарх виступає гарантом стабільності у державі та суспільстві є джерелом суверенної влади, главою англіканської та пресвітеріанської церкви. Сукупність повноважень британського монарха по управлінню країною називаються королівською прерогативою. Такі повноваження належать монарху особисто, є невід'ємними та природними. не залежать від волі парламенту. На даний момент в англійському конституційному праві розрізняють два основних види прерогатив права та повноважень монарха: особисті та політичні [2, с. 650]. Особисті прерогативи реалізуються монархом відносно самостійно. Такими прерогативами вважаються: право на утримання за цивільним листом, право на власність (монарх воліє значними маєтками, землями, що і приносять дохід монаршій родині), право на королівський двір, право на атрибути монаршої влади та королівський імунітет. Останнє право означає, що монарха не можна притягнути до відповідальності, однак проти корони можна подати судовий позов і вона буд відповідачем у суді.

Особливою є група політичних прерогатив, що на практиці реалізується монархом за порадою Прем'єр-міністра та уряду королівства, однак в екстраординарних ситуаціях може реалізувати їх особисто [1, с. 45]. Такими прерогативами є право на призначення Прем'єр-міністра за згодою Парламенту, право скликання та розпуску Парламенту, перерв у його засіданнях за ініціативою Прем'єр-міністра, право на промульгацію законодавчих білів. Як складова частина парламенту, монарх проголошує промову при відкритті його сесій, що пишеться главою уряду і монарх не може змінювати її текст. Зовнішньополітичні прерогативи займають одне з чільних місць в житті монарха. Як і інші політичні прерогативи вони реалізуються за порадою Уряду. Такими прерогативами є право на оголошення війни, укладення миру та міжнародних договорів, право на анексію територій, право на акредитацію послів та призначення дипломатів у інші країни. Також особливим є право монарха на призначення генерал-губернатора у країнах, де Британський монарх визнається главою держави.

З вище викладеного можна зробити наступний висновок, що британський монарх має цілу низку вагомих повноважень (королівських прерогатив), що використовує за порадою Уряду його(її) Величності, хоча в деяких випадках прерогативи можуть застосовуватися без згоди Уряду, але такі ситуації виникають дуже рідко, а саме, щоб не допустити такі ситуації існує монарх, як гарант політичної стабільності.

Перелік посилань

1. Костюк, Т. Аналіз повноважень королеви Великої Британії Єлизавети II. [Текст] / Т. Костюк. // Актуальні проблеми політології. Матеріали наукової конференції. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, кафедра правових наук та філософії. – Вінниця, 2017. – С. 44-47.

2. Конституционное право зарубежных стран : учебник / Н. В. Мишина, А. Р. Крусян, Д. Я. Гараджаев и др. [Текст]. – Харьков: Право, 2015. – 848 с.

Крошка І. С., студентка 3 курсу, група АЮ-191
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)
Науковий керівник: Кочина О. С., канд. юрид. наук, доцент,
доцент кафедри публічного та приватного права
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

НАСЛІДКИ ПРОПУЩЕННЯ СТРОКУ ПРИЙНЯТТЯ СПАДЩИНИ

Для прийняття спадщини, після моменту її відкриття, цивільне законодавство України встановлює певні строки. Якщо спадкоємець у встановлені строки не заявить про прийняття такої спадщини, то поновити такий строк або продовжити його буває досить складно та проблематично. Тому проблема щодо наслідків пропусчення строків прийняття спадщини, питання поновлення такого строку є досить актуальною.

Стаття 1270 Цивільного кодексу (далі - ЦК) України встановлює строк для сприйняття спадщини у шість місяців. У разі, якщо виникнення у особи права на спадкування залежить від неприйняття спадщини або відмови від її прийняття іншими спадкоємцями, строк для прийняття нею спадщини встановлюється у три місяці з моменту неприйняття іншими спадкоємцями спадщини або відмови від її прийняття [1].

Тобто, спадкоємець у разі прийняття спадщини повинен подати протягом зазначених строків з дня відкриття спадщини заяву до нотаріуса про прийняття спадщини. Якщо ж особа не заявила про своє бажання прийняти спадщину, то вона вважається такою, що відмовилася від прийняття спадщини (ч. 1 ст. 1272 ЦК).

Однак, за письмовою згодою спадкоємців, які прийняли спадщину, спадкоємець, який пропустив строк для прийняття спадщини, може подати заяву про прийняття спадщини нотаріусу або уповноваженій на це посадовій особі відповідного органу місцевого самоврядування за місцем відкриття спадщини (ч. 2 ст. 1272 ЦК). Також законодавством передбачено, що за позовом спадкоємця, який пропустив строк для прийняття спадщини з поважної причини, суд може визначити йому додатковий строк, який достатнім для подання спадкоємцем заяви про прийняття спадщини (ч. 3 ст. 1272 ЦК).

У листі Вищого Спеціалізованого Суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ від 16.05.2013 № 24-753/0/4-13 «Про судову практику розгляду цивільних справ про спадкування» проаналізовано і узагальнено застосування ст. 1272 ЦК щодо права на звернення до суду з позовом про визначення додаткового строку для прийняття спадщини. Відповідно до Листа позов про визначення додаткового строку для подання заяви про прийняття спадщини подається: 1) у разі відсутності письмової згоди всіх спадкоємців, які прийняли спадщину, на подання спадкоємцем, який пропустив шестимісячний строк, заяви про прийняття спадщини до нотаріальної контори; 2) у разі пропуску шестимісячного строку подання заяви про прийняття спадщини до нотаріальної контори та відсутності інших спадкоємців, які прийняли спадщину та могли б дати письмову згоду на подання цієї заяви [2].

На думку Л. О. Зайцева зміст Листа зводиться до обґрунтованої відмови нотаріуса здійснити перерозподіл спадкового майна з урахуванням частки відсутнього спадкоємця; визначаючи спадкоємцеві додатковий строк для подання заяви про прийняття спадщини, суд не повинен вирішувати питання про визнання за ним права на спадщину – спадкоємець після визначення йому додаткового строку для прийняття спадщини має право прийняти спадщину в загальному порядку [3, с. 61].

Погоджуємося з думкою, що суд не повинен вирішувати права на спадщину спадкоємця, тому що за положенням ст. 1217 ЦК спадкування здійснюється за заповітом або за законом. А отже, особа спадкоємця визначається у заповіті, а за відсутності такого документа – спадкування відбувається по чергово (ч. 1 ст. 1258 ЦК).

Науковець О. М. Чабан слушно зазначає, що згідно з абз. 6 п. 24 Постанови Пленуму Верховного суду України від 30.05.2008 р. № 7 “Про судову практику у справах про спадкування” вирішуючи питання про визначення особі додаткового строку, суд досліджує поважність причини пропуску строку для прийняття спадщини. При цьому необхідно виходити з того, що поважними є причини, пов’язані з об’єктивними, непереборними, істотними труднощами для спадкоємця на вчинення цих дій. Суди визнають поважними причини тривалу хворобу, перебування спадкоємця тривалий час за межами України, відбування покарання в місцях позбавлення волі, перебування на строковій військовій службі в Збройних Силах України тощо [4, с. 336].

Не можемо не погодитися із цією вказівкою - дійсно, для призначення додаткового строку для прийняття спадщини повинні бути наявні дуже серйозні та вагомні причини, оскільки строки у цивільному праві надзвичайно важливі для можливості відстояти свої права та свободи.

Для того, щоб з’ясувати, які причини суд може вважати вагомими для продовження строку для отримання спадщини, а які не може такими вважати, маємо за доречне звернутися до судової практики з питань поновлення, продовження строку для прийняття спадщини.

Проаналізувавши наявну судову практику, можна виділити наступні поважні причини, які можуть стати приводом, аби суд призначив додатковий строк для прийняття спадщини можуть бути: необізнаність спадкоємця про наявність заповіту; гостре раптове захворювання у сукупності з незначним терміном пропуску строку; тривале лікування в умовах стаціонару; велика відстань між місцем постійного проживання спадкоємців і місцем знаходження спадкового майна; складні умови праці, які, зокрема, пов'язані з тривалими відрядженнями, у тому числі закордонними тощо.

Окремо також слід перелічити причини, за яких суд не може призначити додатковий строк для прийняття спадщини, зокрема: юридична необізнаність позивача щодо строку та порядку прийняття спадщини, необізнаність особи про наявність спадкового майна, похилий вік, непрацездатність, незнання про існування заповіту, невизначеність між спадкоємцями, хто буде приймати спадщину, відсутність коштів для проїзду до місця відкриття спадщини, несприятливі погодні умови; перебування у депресії у зв'язку зі смертю спадкодавця; відсутність у позивача свідоцтва про смерть спадкодавця та інформації щодо наявності у спадкоємця права власності на об'єкти нерухомості; проживання за кордоном тощо.

Також, варто пам'ятати, що при наявності заповіту належне повідомлення спадкоємців про відкриття спадщини є обов'язком нотаріуса. При розгляді справ про надання додаткового строку для прийняття спадщини суди досліджують, чи вчиняв нотаріус після встановлення ним наявності заповіту спадкодавця дій для повідомлення спадкоємця про відкриття спадщини, чи здійснювався виклик спадкоємця за заповітом, у т.ч. шляхом публічного оголошення або повідомлення про це у пресі (постанова ВСУ від 23.08.2017 у справі № 1320цс17; постанови ВС від 10.01.2019 у справі № 263/1221/17; від 04.12.2019 у справі № 205/3855/17) [5].

Із наведеного переліку бачимо, що обставини, які не унеможливають та не є суттєвою перешкодою для того, аби заявити про прийняття спадщини вважаються такими, які суд не може враховувати для того, щоб надати додатковий строк для прийняття спадщини спадкоємцем.

Отже, проаналізувавши праці науковців, цивільне законодавство України, можна дійти наступних висновків. За загальним правилом наслідком пропущення строку для прийняття спадщини спадкоємцем є втрата права на спадкування. Але за поважних, тобто пов'язаних з об'єктивними, непереборними, істотними труднощами для спадкоємця на вчинення дій щодо прийняття спадщини, суд може продовжити строк для прийняття спадщини. Проте, слід пам'ятати, що краще все-таки дотримуватися строків для прийняття спадщини, бо іноді поновити чи продовжити їх буває не тільки дуже складно, а й неможливо.

Перелік посилань

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15/conv#n5933>.

2. Про судову практику розгляду цивільних справ про спадкування / Лист Вишого Спеціалізованого Суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ від 16.05.2013 № 24-753/0/4-13. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v-753740-13#Text>.

3. Зайцев О. Л. Практика застосування судами України статті 1272 ЦК України. Проблеми цивільного права та процесу : матеріали наук.-практ. конф., присвяч. світлій пам'яті О. А. Пушкіна (Харків, 27 трав. 2016 р.). Харків: ХНУВС. 2016. С. 60-63.

4. Чабан О. М. Правові наслідки пропущення строку для прийняття спадщини. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Юридичні науки. 2018. Вип. 7. С. 333-339.

5. Встановлення додаткового строку для прийняття спадщини: закон vs. людський фактор. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/vstanovlennya-dodatkovogo-stroku-dlya-priynyattya-spadshchini-zakon-vs-lyudskiy-faktor.html>.

Куліш М. О., здобувач вищої освіти, групи МКПР-211
Національного університету «Чернігівська політехніка», maxulish@gmail.com
Науковий керівник: Пузирна Н. С., канд. юрид. наук доцент
Чернігівський національний технологічний університет, natasha-1981@ukr.net

КЛАСИФІКАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРАВОВИХ СИСТЕМ СУЧАСНОСТІ

Кожна держава протягом довгого історичного періоду в залежності від національних традицій, ідеологічних установок, культури, релігій, багатьох факторів соціально-економічного та політичного характеру формувала власну унікальну систему права. Кожна національна система права має свої особливості та характерні ознаки.

Причини різноманітності правових систем полягають, перш за все у тому, що на їх форму та зміст впливають безпосередньо історичні традиції, умови виникнення та становлення конкретної держави і права, а також специфіка їх еволюції. Правові системи можуть формуватися під впливом одних історичних факторів, а трансформуватися під впливом інших, що безпосередньо впливає на перебіг їх розвитку та функціонування. Але, незважаючи на ряд відмінностей, ці правові системи мають спільні яскраво виражені риси, що у свою чергу дозволяє об'єднувати їх у певні групи, тобто класифікувати.

В науці існує велика кількість, часом, доволі суперечливих підходів до класифікації правових систем, що робить цю проблему однією із центральних у порівняльному правознавстві.

У пошуках найбільш доречного способу класифікації основних правових систем західні дослідники виділяли найрізноманітніші критерії, від історичних до релігійних, від географічних до етичних. Найбільш розповсюджена концепція класифікації сучасних правових систем була запропонована відомим французьким вченим-правознавцем Рене Давидом. У своїй праці «Основні правові системи сучасності», автор виокремлює три основні правові системи сучасності, так звані «сім'ї»: 1) романо-германська, в якій юридична наука склалася на основі римського права; 2) сім'я загального права – сформована на основі англійського права; 3) соціалістична правова сім'я, що у порівнянні зі статичністю романо-германських правових систем відрізняється революційним характером (СРСР, Куба, країни Східної Європи). Інші правові системи були об'єднані вченим у так звані «інші види суспільного устрою та права», серед яких виокремлюють індійське, мусульманське, правову систему Африки і Мадагаскару, а також країн Далекого Сходу [1, с. 40].

Під правовою сім'єю слід розуміти сукупність національних правових систем, заснованих на спільності їх історичного формування, структури права, методів і форм їх реалізації [2, с. 39]. Всередині кожної правової сім'ї можливі подальші класифікації. Так, в романо-германській виділяють групу романського (Італія, Франція, Іспанія, Португалія, право латиноамериканських країн, церковно-католицьке право) та групу німецького права (Німеччина, Австрія, Угорщина, скандинавські країни). Усередині сім'ї загального права виділяють правові системи Англії, США, право англословянських країн. До слов'янської правової сім'ї відносять групу російського права і західнослов'янського права (Україна, Білорусь, Болгарія) тощо.

Дещо інший підхід запропонував Дж. Вігмор у своїй тритомній роботі «Панорама правових систем світу». Він виокремлював 16 основних правових систем: єгипетську, іудейську, індуську, китайську, грецьку, римську, японську, морську, мусульманську, месопотамську, слов'янську, кельтську, німецьку, церковну, романську та англійську. Якоїсь чіткої основи для класифікації автор не наводить, натомість робота Дж. Вігмора містить великий історико-правовий інформаційний матеріал. У ній автор широко використовує запропонований ним ілюстраційний метод. Так, під час розгляду кожної з основних правових систем він наводить кілька десятків фотографій історичних пам'яток права, будівель правозастосовних органів, представників юридичних професій. Сучасна версія його типології включає п'ять правових угруповань, а саме право: примітивних народів, давнє, північно-американське, релігійних систем і народів семіто-хамітської сім'ї мов [3, с. 26].

Не менш вагомим для науки порівняльного права є спосіб класифікації правових систем запропонований К. Цвайгером. В якості критерію автор використовує поняття «правовий стиль», що містить у собі п'ять складових: походження і еволюція правових систем, унікальні правові інститути, своєрідність юридичного мислення, природа джерел права та способи їх тлумачення, а також ідеологічні фактори [4, с. 239].

На противагу цим традиційним підходам В.І. Лафітський пропонує єдиний критерій визначення істинної природи будь-якого права - духовну суть права [5, с. 105]. Автор запропонував унікальну дворівневу класифікацію правових систем, яка використовує лише один критерій. На першому рівні він поділяє усі сучасні правові системи на дві гілки (традиції) права: духовну та бездуховну. На другому рівні він поділяє духовну традицію на дві підгрупи: християнську та нехристиянську. Виходячи із цієї схеми, християнське співтовариство охоплює п'ять систем - слов'янську, романо-германську, загальну (англо-американську), скандинавську та латиноамериканську. Нехристиянська підгрупа охоплює сім систем: іудейську, ісламську, індуїстську, конфуціанську, синтоїстську, буддійську та традиційну правові системи.

Цікавим видається підхід відомого британського юридичного компаративіста П. Глена. В основі його класифікації лежить правова традиція. За цим критерієм автор виділяє правові сім'ї, які ґрунтувались на: традиції цивільного права, традиції загального права, звичаєво-правовій традиції, талмудичній правовій традиції, ісламській традиції, індуській та азійській правовій традиції [6, с. 14].

На нашу думку здійснювати класифікацію на підставі одного єдиного критерію не зовсім доречно. Необхідно погодитися із прихильниками класичної методики, оскільки без урахування джерел права та правової ідеології, така класифікація не відображає повної картини типологізації правових систем.

До такого ж висновку дійшов М. Марченко. Автор стверджує, що «не може бути уніфікованої правової або будь-якої іншої класифікації» та «що будь-яка правова сім'я, що виділяється при цьому, неминуче матиме відносний характер» [7, с. 260].

На сьогоднішній день використовуються такі критерії класифікації правових систем, які по своїй суті спираються на правові традиції, правову культуру та правовий стиль. Саме ідеологічний складник – правова свідомість і правова культура суспільства – має стати основним критерієм типологізації правових систем на правові сім'ї. Форма всіх інших явищ правової системи (правові норми, джерела права, особливості правозастосування тощо) завжди виступають наслідком правосвідомості суспільства [8, с. 37].

Таким чином, на сьогоднішній день не існує уніфікованої класифікації сучасних правових систем. В залежності від цілей дослідника та застосовуваної методології будуть відрізнятися критерії та самі види правових систем сучасності. На наш погляд найбільш доцільним є підхід Рене Давида та його поділ на правові сім'ї на основі ідеологічного критерію та юридичної техніки.

Перелік посилань

1. Рене Давид «Основные правовые системы современности» URL: http://socio.isu.ru/ru/chairs/krs/sotrudniki/david_rene_osnovnye_pravovye_sistemy_sovremennosti.pdf.
2. Юридична енциклопедія : у 6 т. / редкол. : Ю.С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. К. : Укр. енцикл., 1998. Т. 5 : П–С. 2003. 736 с.
3. Хаустова М. Г. Правовая карта мира: виды правовых систем. Юридичний науковий електронний журнал. 2017. №3. С. 24–29. URL: http://lsej.org.ua/3_2017/7.pdf.
4. Лук'янов Д. В. Поняття «правова сім'я» в порівняльно-правових дослідженнях: методологічне значення. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція. 2013. № 6-1(2). С. 238–241.
5. Сравнительное правоведение в образах права. Том первый. М.: Статут, 2010. 429 с.
6. Glenn H. P. Legal Tradition of the World: Sustainable Diversity in Law. Oxford, 2000. 371 p. URL: <https://global.oup.com/academic/product/legal-traditions-of-the-world-9780199669837?cc=ca&lang=en&>.

7. Сравнительное правоведение: методические рекомендации / сост. В. Н. Карташов, Н. В. Вантеева; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. Ярославль: ЯрГУ, 2012. 52 с.
8. Порівняльне правознавство : підручник / за заг ред. О. В. Петришина. Х.: Право, 2012. 272 с.

Ліксман А. Ю., студентка групи ЦГЮ-211
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

АВТОНОМІЯ: ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ

У новітній історії України питання визначення її форми державного устрою піднімалось неодноразово. Особливо гостро постало в часи буремних подій 201 р. Традиційно Україна належить до унітарних держав з автономними одиницями. А отже питання необхідності автономії є актуальним для нашої державної традиції.

Що ж таке автономія і яке місце вона посідає в унітарній державі?

Так, автономія – це один із засобів децентралізації державної влади, покращенні місцевого управління та місцевого самоврядування, в захисті культурних цінностей народів, що проживають на території певної країни.

Почнемо з визначення поняття автономії. За великим тлумачним словником сучасної мови автономія – це самоуправління, самоуправа, самостійність, незалежність, непідпорядкованість (наприклад, автономія волі, автономія прав) [1].

У правовому значенні під автономією розуміють поняття, яке показує «особливий статус території чи організації в державі, що передбачає відносно самостійне розв'язання внутрішніх проблем поза межами прав і повноважень держави чи організації, до складу яких входить дана самоврядна одиниця» [2, с. 10]. С.К. Бостан дає таке визначення поняття автономії: це політично-національне утворення в межах єдиної держави, що має право широкого внутрішнього самоврядування, проте не має державного суверенітету і права вільного виходу зі складу держави, до складу якої вона входить [3, с. 52].

Автономні утворення слід відрізнити від органів місцевого самоврядування, оскільки ці поняття схожі. Тотожні риси цих понять та відмінності між ними визначив ще у 1906 р. відомий російський вчений-юрист Ф. Кокошкін: «Обласна автономія не є утворенням держави в державі, а лише перенесенням частини законодавчої діяльності однієї й тієї ж самої держави з центру на місця, інакше кажучи, поширення на галузь законодавства основного принципу місцевого самоврядування, внаслідок чого місцеві справи мають вирішуватися місцевими виборними людьми. Обласна автономія і місцеве самоврядування є явищами одного й того ж порядку; між ними не можна провести різкої, принципової межі. У будь-якому розвинутому самоврядуванні завжди містяться зародки автономії, які у певних умовах можуть розвинутися до справжнього автономного устрою» [4, с. 7].

За загальним підходом до класифікації автономних утворень, їх поділяють на корпоративні, персональні та територіальні:

1) Корпоративна автономія – це автономія, що виникає як наслідок існування певних лінгвістичних груп на території держави. При цьому державні службовці, що працюють у таких регіонах повинні знати мову та культуру місцевого населення.

2) Персональна автономія – це автономія, що створюється будь-якими національними меншинами, етнічними групами, що проживають розрізнено та створюють свої об'єднання, що, зазвичай, розв'язують питання щодо побуту, культури, але іноді беруть участь у політичному житті шляхом представництва при деяких центральних державних органах.

3) Територіальна автономія – це автономія, при утворенні якої основним чинником є саме територія [5].

Територіальні автономії також мають декілька класифікацій: за обставинами, що спонукали до їх утворення, та за обсягом повноважень. За підставами виникнення територіальні автономії поділяються на:

1) Автономії, що утворені за національно-мовними критеріями (етнотериторіальні чи національно-територіальні). Вони утворюються в регіонах проживання певних груп населення, що мають свої особливості (можуть визначатися як нації, національності, народи).

2) Автономії, що утворені без врахування національних чи етнічних ознак, беруться до уваги властивості історичних звичаїв, традицій, побуту, релігії мешканців певного автономного утворення.

3) Автономії, що утворилися як результат історичних обставин на територіях, що характерні особливостями економічних або політичних відносин.

4) Автономії, що утворилися внаслідок реалізації загального принципу територіальної організації влади.

За обсягом повноважень серед територіальних автономій розрізняють політичні й адміністративні.

Політична автономія (також називають законодавчою чи державною) має деякі ознаки державності. Її органам надаються права приймати деякі законодавчі акти щодо місцевих питань. Зазвичай політичні автономії мають місцевий парламент (іноді двопалатний). Закони, що ним приймаються, не повинні суперечити державним інтересам. Такі акти часто видаються з питань щодо діяльності різних адміністративних органів, що підпорядковані політичній автономії, адміністративно-територіального поділу автономії, місцевої поліції, санітарії, ринків, сільського господарства, дорожньої мережі тощо. У політичній автономії може бути утворено свій орган виконавчої влади, наприклад, колегія, що обирається законодавчими зборами автономії, чи його голова, який виступає як керівник виконавчих служб. Своїх судів політична автономія не має, на її території діють суди єдиної державної судової системи. Повноваження автономії визначаються конституцією держави чи спеціальним законом. Іноді політична автономія має свою конституцію і своє громадянство [5].

Адміністративна автономія передбачає, що органи відповідного територіального утворення не мають законодавчих прав, їхні акти завжди мають підзаконний характер. Але й при цьому можливості автономних органів все одно є дещо ширшими у тій сфері, яка послужила підставою для надання автономії. Так, у Китаї представницькі органи автономії мають право видавати акти про автономію, мають право на зміну чи скасування актів вищих державних органів, якщо ці акти не є відповідними місцевим умовам, мають право брати участь у зовнішніх економічних відносинах згідно із законами держави. У адміністративних автономіях у багатьох випадках враховуються місцеві звичаї, використовується місцева мова: у судочинстві, ЗМІ (місцевою мовою видаються газети, проводяться радіопередачі), освіта в школах надається саме місцевою мовою. При формуванні місцевого апарату управління значна перевага надається місцевим жителям, іноді особам, що не є корінними жителями, однак на високому рівні знають місцеву мову та звичаї [5].

Таким чином, поняття автономії та її різновидів дійсно є актуальним питанням, оскільки держава й досі розвивається і разом із нею можуть виникати нові види автономних утворень. Автономії усіх різновидів об'єднують загальні принципи, відповідно до яких відбувається їх формування, їх правове регулювання та гарантії самостійності здійснення ними повноважень, що надані їм державою.

Перелік посилань

1. Великий тлумачний словник сучасної мови. Автономія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.google.com/amp/s/slovnnyk.me/amp/dict/vts/%25D0%25B0%25D0%25B2%25D1%2582%25D0%25BE%25D0%25BD%25D0%25BE%25D0%25BC%25D1%2596%25D1%258F>.

2. Великий енциклопедичний юридичний словник / [за ред. Акад. НАН України Ю. С. Шемшученка] [Текст]. – К.: ТОВ «Вид-во «Юридична думка», 2007. – 992 с.

3. Теорія держави та права: навч. посіб. / за заг. ред. С. Д. Гусарева, О. Д. Тихомирова [Текст]. – К.: НАВС, Освіта України, 2017. – 320 с.
4. Кокошкин Ф. Областная автономия и единство России [Текст]. М.: Изд. «Народное право», 1906. - № 2. – 15 с.
5. Поняття і види автономій. Особливості політичної та адміністративної автономій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://um.co.ua/13/13-2/13-2088.html>.

Ліксман В. Ю., студент групи АЮ-211
юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

ЩОДО ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕРЖАВА»

Держава – це складне соціальне явище, що багато від чого залежне та тісно пов'язане з політичним, економічним і культурним розвитком суспільства. Вона має особливу роль в системі громадянського суспільства і характеризується певними ознаками, що відрізняють її від інших політичних інститутів влади. Держава є однією із складних категорій у юридичній науці, що зумовлює необхідність дослідження цього поняття.

У поняття «держави» за різних історичних періодів вкладалися різні суті. Так, давньогрецький філософ Платон вважав, що основою ідеальної держави є справедливість. Її суть полягає в тому, що кожен громадянин повинен займатися тим, що йому характерне. Тобто кожен повинен займатися діяльністю у своїй сфері. Якщо інтереси суспільства в цілому співпадають з інтересами громадян – це ідеальний устрій за Платоном. Він уявляв ідеальну державу як ієрархію трьох станів: правителів-мудреців, воїнів і чиновників, селян і ремісників [1].

Аристотель визначав державу, як найвищу форму об'єднання людської спільноти. Він стверджував: «... оскільки за своєю природою ми є «тваринами політичними», то й процвітати або «добре жити» ми можемо тільки тоді, коли ми є громадянами держави» [2].

«Держава – це я» – говорив французький король Людовик XIV. Цей вислів увійшов у історію як символ абсолютної влади. Т. Мор, засновник утопічного соціалізму, стверджував, що держава – це змова багатих проти бідних. І. Кант вважав, що держава – це об'єднання людей, підвладних правовим законам. Г. Гегель писав про державу як про «ходу Бога у світі» [3, с. 43].

У сучасній юридичній літературі вирізняють такі підходи до визначення поняття «держави»: теологічний; юридичний; класичний (арифметичний); кібернетичний; соціологічний.

Суть теологічного підходу полягає у вічності та боговстановленості держави. Він зародився ще у Стародавніх країнах (Вавилон, Індія, Китай, Єгипет) як специфічний напрямок, хоча й із різними тлумаченнями релігійних текстів. Широко почав використовуватися у період Середньовіччя. В сучасних умовах цей підхід відстоюють прихильники ісламського фундаменталізму. Вони вважають, що суть держави стає зрозумілою лише на основі заповідей Корану, а розбудова сучасної держави повинна відбуватися, ураховуючи модель, що існувала за часів пророка Магомета та чотирьох «праведних» халіфів [3, с. 43].

За юридичного підходу держава юридично персоналізує націю (під нацією у цьому випадку слід вважати населення країни, а не певну етнічну групу). Юридичний підхід розглядає державу як сукупність різноманітних органів і правових відносин між ними. За останні десятиліття цей підхід (дещо змінений) почав відновлюватися у юридично-економічних визначеннях держави та в структуралістських теоріях держави [3, с. 44].

Класичний (арифметичний) підхід інтерпретує державу як систему трьох складових: влади, території та населення. Іноді додають ще дві ознаки – суверенітет і міжнародне визнання. Прихильники цього підходу вказують на різну важливість елементів, виокремлюючи головну з них – владу [3, с. 44].

Кібернетичний підхід розглядає державу як особливу, унікальну систему в суспільстві, яка взаємопов'язана із потоками інформації, її приймачами. Ця інформація надходить від

організацій, населення до певних органів державної влади, відбувається обмін інформації в державній системі, потім інформація ухвалюється державними органами. Ці рішення мають вигляд указів глави держави, законів парламенту, постанов уряду, знову породжують інформацію від населення, що вводиться державу, і процес продовжується далі [3, с. 44].

Основою соціологічного підходу є визначення ролі держави в житті суспільства. Він представлений у творах таких вчених, як Ібн-Хальдун, Т. Гоббс, Ж.-Ж. Руссо. У сучасних умовах це також ідеї держави як органу соціальної солідарності, концепції держави арбітра, ідеї класової держави. У подальшому, згідно з марксистсько-ленінською концепцією, після ліквідації класу приватних власників держава стає органом, який слугує виразником інтересів усього трудового народу, знявчим будівництво безкласового комуністичного суспільства [3, с. 44].

У новітній юридичній літературі містяться різні визначення поняття «держава»:

- держава – це політична організація суспільства, що розповсюджує свою владу на всю територію та населення країни, маючи для цього у своєму розпорядженні систему органів і організацій, видає загальнообов'язкові правила поведінки та володіє суверенітетом (Ю. А. Ведерніков) [3, с. 48];

- держава – це суверенна, політико-територіальна організація влади суспільства, яка виражає, узгоджує і забезпечує інтереси населення шляхом встановлення загальнообов'язкових правил поведінки за участю спеціальних органів управління та правового примусу, вирішує загальносуспільні справи і виступає суб'єктом міжнародно-правових відносин (С. Д. Гусарев) [4, с. 35];

- держава є територіальною організацією політичної влади, що існує на певній соціальній базі, виступає як офіційний представник усього суспільства і забезпечує за допомогою спеціального апарату реалізацію своєї політики (М.В. Цвік) [5, с. 77-78].

Таким чином, можемо зробити висновок, що існують різні підходи до визначення поняття «держава». У сучасних визначеннях домінує класичний (арифметичний) підхід до визначення даного поняття, адже у всіх запропонованих визначеннях звертається увага саме на владу, як на одну із найголовніших ознак держави.

Перелік посилань

1. Платон. Держава. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidru4niki.com/14821111/filosofiya/pershodzherela>.
2. Поняття державності за Аристотелем. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/politolog/15472/>.
3. Теорія держави і права: підруч. / кер. авт. кол. канд. юрид. наук, проф. Ю.А.Ведерніков [Текст]. – Дніпро: Дніпроп. Держ. Ун-т внутр. справ, 2016: Ліра ЛТД. – 480 с.
4. Теорія держави та права: навч. посіб. / за заг. ред. С. Д. Гусарева, О. Д. Тихомирова [Текст]. – К.: НАВС, Освіта України, 2017. – 320 с.
5. Загальна теорія держави і права / за ред. д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України М. В. Цвіка, д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України О.В. Петришина [Текст]. – Харків: Право, 2009. – 584 с.

Луценко О. М., здобувачка вищої освіти, гр. ПД-201 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», malalutsenko886@gmail.com

Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryuna_8067@ukr.net

ЕЛЕКТРОННІ ПЕТИЦІЇ В УКРАЇНІ: МЕХАНІЗМ ДІЇ

На сьогоднішньому етапі державотворення найбільшої популярності отримав новий інструмент публічного управління - електронні петиції. Стаття 40 Конституції України закріпила, що громадяни мають право індивідуального та колективного письмового звернення чи самостійно звертатися до органів місцевого самоврядування або державних органів та службових (посадових) осіб цих органів, яким необхідно розглянути ці звернення і дати чітку аргументовану відповідь у строк, що визначений чинним законодавством.

Електронні петиції є одним із демократичних засобів взаємодії суспільства та влади, їх використовують у понад сімдесяти державах сучасного світу. В Україні дана можливість була закріплена законом «Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції» від 02.07.2015 №577. Головна мета цього різновиду звернення – привернути увагу державних органів, а також органів місцевого самоврядування на певні політичні, економічні чи громадські складнощі в житті громадян [1].

Термін «петиція» з перекладу латинської мови, перекладається як прохання, вимога та пошук. Академічний тлумачний словник української мови визначає поняття «петиції» - колективне, письмове клопотання, прохання, звернене до голови уряду чи керівних державних установ [2]. Можна стверджувати, що це петиція спрямована на те, щоб органи державної та місцевого самоврядування, звернули уваги на проблеми, які існують серед суспільства та почали реагувати на це.

Взагалі, чіткого визначення поняття «електронна петиція» українське законодавство не закріплює, однак із ст. 23-1 Закону України «Про звернення громадян» електронною петицією можемо називати специфічний спосіб звернення до глави держави (Президент України), керівних державних установ (Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України) та місцевих органів влади за допомогою офіційної електронної сторінки органу-адресата або через електронну сторінку громадського об'єднання, яке збирає підписи для підтримки петиції [3].

Згідно з зазначеним законом процедуру подання електронних петицій умовно можна поділити на шість стадій.

Перший етап – потрібно сформулювати сутність петиції та визначити її адресата (глава держави (Президент України), керівні державні установи (Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України) або місцевий державний орган). Електронна петиція повинна містити точну суть звернення, зазначати ініціали особи (прізвище, ім'я, по батькові) її автора, а також адресу електронної пошти автора, який подає петицію.

Другий етап – необхідно заповнити спеціально визначену форму на офіційній електронній сторінці певного органу чи громадського об'єднання, які збирають підписи, щоб підтримати електронну петицію, та розмістити текст звернення.

Третій етап – перевірити електронну петицію на коректність, тобто щоб вона відповідала вимогам чинного законодавства. Перевірка триває протягом 2-х робочих днів із дня, коли автор надіслав петицію. Ст. 23-1 Закону України «Про звернення громадян» зазначає, що в електронній петиції не можна робити звернення:

- 1) порушувати територіальну цілісність України;
- 2) повалити конституційний лад;
- 3) пропагувати війну, жорстокість, насильство;
- 4) розпалювати міжетнічну, расову, релігійну ворожнечу;
- 5) вчинювати терористичні акти;
- 6) посягати на права і свободи людини [3].

Четвертий етап – потрібно оприлюднити електронну петицію на офіційній електронній сторінці органу чи громадського об'єднання, які є адресатами петиції. На електронній сторінці громадського об'єднання або ж відповідного органу, що збирають підписи, потрібне обов'язкове визначення дати, коли починається збір підписів, а також необхідне розміщення інформації про кількість і перелік осіб, що вже залишили свій підпис під електронною петицією.

Одним із головних етапів є збирання підписів на підтримку електронної петиції. Дата, коли підписи громадян починають збирати – це дата, коли електронну петицію оприлюднюють. Громадян обов'язково забезпечують безкоштовним доступом і користуванням інформаційно-телекомунікаційною системою, за допомогою якої збирають підписи. Обов'язковими є електронне реєстрування громадян; фіксування точного дати і часу, коли електронну петицію оприлюднили, а також підписання її громадянином. Недопустимим є автоматичне введення інформації без відома громадянина.

Розгляд електронних петицій, адресатами якої є глава держави (Президент України) чи керівні державні установи (Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України), відбувається у тому випадку, коли цю петицію підтримають не менше ніж двадцять п'яти тисяч громадян, а строк збирання підписів – не більше трьох місяців з дня, коли її оприлюднили [3].

Іншими умовами збору підписів мають електронні петиції, адресатами яких є органи місцевого самоврядування. Строк – не більше як три місяця з дня, коли її оприлюднили на офіційній електронній сторінці відповідного адресата, кількість голосів залежить від кількості громадян, що проживають на території певної територіальної громади. Так, наприклад, у Чернігівській територіальній громаді електронна петиція, адресатом якої є Чернігівська міська рада, розглядається лише в тому порядку, що встановлений рішенням виконавчого комітету Чернігівської міської ради, за умовою збору не менш як 250 підписів громадян щодо її підтримки [4].

Якщо у встановлений строк електронна петиція, в свою чергу, не набрала достатньої кількості голосів, яка вплинула би на те, щоб її підтримати, її будуть розглядати як звернення громадян відповідно до Закону України «Про звернення громадян».

Шостий етап – надіслати петицію адресату. Її відправляють громадським об'єднанням або органу, якому вона адресована, строком не пізніше наступного дня після того, як зібрали підписи на її підтримку, у випадку збору кількості підписів, зазначених законодавством, та у визначений законодавством строк. У петиції є обов'язковим зазначення дати, коли почали збирати підписи, дати, коли цю петицію направляють, загальної кількості та переліку осіб, що залишили свій підпис під електронною петицією (чи посилання на інтернет-джерело, де присутня така інформація), строку збору підписів, назви та адреси електронної пошти громадського об'єднання.

Оприлюднення достовірної інформації стосовно розгляду петиції відбувається на офіційній електронній сторінці відповідного органу, котрому була адресована електронна петиція, строком не пізніше трьох робочих днів після дня, коли зібрали повноцінну кількість підписів. Якщо ініціатором електронної петиції виступає громадське об'єднання – це відбувається не пізніше двох робочих днів з дня коли отримали петиції.

В свою чергу, електронна петиція розглядається досить швидко, але не пізніше десяти робочих днів з дня, коли оприлюднили інформацію, що петицію почали розглядати. У цей час адресат може аналізувати інформацію, збирати аргументи, давати накази й доручення у межах своєї компетенції та розробляти план дій для вирішення питання в подальшому.

Порядок розгляду електронної петиції, які адресовано главі держави (Президенту України), керівним державним установам (Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України) або органу місцевого самоврядування, визначається відповідно цими органами [3].

Важливим елементом Закону України «Про звернення громадян» є можливість парламентських чи громадських слухань, на яких автор петиції має право виступити зі своєю електронною петицією, якщо таке клопотання зазначене в її тексті.

Електронні петиції мають низку переваг порівняно з паперовими:

- 1) безкоштовність;
- 2) доступність і зручність для громадян, що можуть відстояти свою позицію, не виходячи з дому;
- 3) недопущення автоматичного введення інформації;
- 4) мінімізація підробки підписів;
- 5) можливість бути почутими найвищими органами держави.

На останок можна додати, що за декілька років функціонування у державі електронних петицій близько 30000 петицій подавалися на сайт главі держави, а також 11000 були відправлені на офіційні сторінки обласних центрів [5]. З кожним роком збільшується кількість таких звернень, адже суспільство більш комунікативні та обізнані в електронній сфері, а це дає змогу стверджувати, що кількість петицій зростає в декілька або більше разів, що поширює актуальність електронної демократії в державі та серед комунікації населення та органів державної влади та місцевого самоврядування.

Таким чином, електронні петиції є відносно новим засобом звернення громадян до органів державної влади та місцевого самоврядування. Вони мають на меті сформувати новий інструмент спілкування громадян із органами публічної адміністрації, дати можливість оперативно реагувати на завдання та виклики, що стоять перед сьогоденним суспільством.

Перелік посилань:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції» № 577-VIII від 02.07.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/577-19#Text> (дата звернення: 20.11.2021).
2. Академічний тлумачний словник. Петиція. URL: <http://sum.in.ua/s/petucija> (дата звернення: 20.11.2021).
3. Про звернення громадян: Закон України № 393/96-ВР від 02.10.1996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр#Text> (дата звернення: 24.10.2021).
4. Єдина система місцевих петицій. Чернігів. URL: <https://petition.e-dem.ua/chernihiv> (дата звернення: 25.11.2021).
5. Закірова С. Електронні петиції в Україні: досягнення і проблеми дворічного досвіду. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2992:elektronni-petitsiji-v-ukrajini-dosyagnennya-i-problemi-dvorichnogo-dosvidu&catid=8&Itemid=350 (дата звернення: 24.11.2021).

Мамай А. А., студент 3 курсу, гр. ЦГЮ-191
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)
Науковий керівник: Кочина О. С., канд. юрид. наук, доцент,
доцент кафедри публічного та приватного права
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

ШЛЮБНІ ДОГОВОРИ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ

Актуальність обраної теми полягає у тому, що шлюбний договір вирішує низку майнових питань між особами, які перебувають у шлюбі. У нашій державі сімейне законодавство минулих років визначало правовий статус майна подружжя дуже легко, а саме визнаючи все набуте, нажите майно подружжям у шлюбі спільною власністю. Якщо відбувалося розірвання шлюбу, то майно ділилося порівну. Вважалося, що в радянській сім'ї духовне домінує над матеріальним, але різкі зміни в житті, а саме розпад Радянського Союзу, перехід до іншої економіки, стрімкий розвиток приватної власності призвели до фундаментальних змін у суспільстві та сім'ї. Тому з'явилася потреба в процесі, який би вирішував питання сімейного життя безконфліктно та справедливо.

Серед проблем, які виникають у науковців першою є відсутність єдиної думки щодо термінології. Між ними, точніше сказати, ведеться спір щодо того як правильно називати зазначений правочин – «шлюбний договір» чи «шлюбний контракт», незважаючи на те, що в українській літературній мові вказані терміни є синонімами.

Одні науковці вважають, що більш правильним буде використання терміну «шлюбний договір», оскільки, відповідно до усталеної практики, термін «контракт» може застосовуватися тільки в галузі трудового або господарського права. Тому в сімейному праві використання такого поняття є неприпустимим [2].

Інші переконані, що термін «шлюбний контракт» більш доцільно використовувати, адже це дасть змогу відмежувати такий вид угоди від інших договорів, які можуть укладатися між подружжям. Крім того, за суб'єктивним складом можна буде відрізнити цей договір від інших, які можуть укладатися членами сім'ї й отримати назву «сімейні договори», хоч їх зміст і не регламентується СК України [2].

На нашу думку, доцільно погодитись із думкою тих вчених-юристів, які вважають доцільним використовувати термін «шлюбний договір», тому що саме цей термін закріплюється в сімейному законодавстві.

Незважаючи на те, що у нас такий договір популярністю не користується, можна спостерігати, що кожен наступний рік кількість укладених шлюбних договорів зростає, а разом із ними зростають кількість судових спорів, які пов'язані із застосуванням умов договору як під час шлюбу, так і під час розлучення.

Адвокат А. Мельніченко формулює топ-3 причин зростаючої популярності шлюбних договорів: поділ майна у суді може затягнутись на роки. Сьогодні молодь підходить до питання шлюбу більш практично, бо цінує свій час; більшість спорів подружжя в основному зводиться до того, яке майно буде передане спільній дитині і чи буде передане. Договір дозволяє врегулювати це питання заздалегідь; нерідко в одного з подружжя є борги, які після розлучення доводиться оплачувати за рахунок спільного майна. А в договорі можна прописати, що кожен самостійно відповідає за своїми зобов'язаннями [5].

Згідно даних за 2018-2020 рік щодо кількості зареєстрованих шлюбів та укладених шлюбних договорів, що були взяті з відкритого джерела Opendatabot, який використовує дані з публічних державних реєстрів: було укладено у 2018 році 228 411 тис. шлюбів в яких було укладено 6 167 тис. шлюбних договорів, досліджуємо далі, за 2019 рік було укладено 237 858 тис. шлюбів в яких було укладено 6 957 шлюбних договорів, тепер візьмемо дані за 2020 рік - 167 974 тис. укладено шлюбів в яких було укладено 7 458 тис. шлюбних договорів [3].

З цього можна зробити висновок, що кількість шлюбних договорів по-перше не залежить від кількості шлюбів, а саме це можна прослідкувати дослідивши проміжок 2019-2020 років. Через пандемію кількість шлюбів у 2020 році впала на 30% порівняно з 2019 роком, але незважаючи на це кількість договорів зросла на 501 договір. По-друге кількість укладених шлюбних договорів зростає, але зріст повільний, порівняно з іншими країнами.

Це можна пояснити недосконалістю нашого чинного законодавства, а саме його неповнотою й деякою невідповідністю норм цивільного та сімейного права. Це ускладнює застосування у практиці інституту шлюбного договору. Судова практика щодо розгляду справ про визнання шлюбного договору недійсним свідчить, що в більшості випадків розглядається наявність порушення загальних вимог договору, а саме ставлення одного з подружжя у невігідне матеріальне становище шлюбним договором.

Висловлену цікаву правову позицію ухвалою ВСУ від 28.01.2015 р. у справі №6-230цс14 щодо перегляду справи ВССУ від 10.09.2014 р. у справі № 6-24071св14. Обставини справи полягають у тому, що пунктом оспорюваного шлюбного договору було встановлено що на нерухоме майно набуто дружиною до шлюбу встановлюється режим спільної сумісної власності. Предметом перегляду у справі були питання правомірності домовленості сторін шлюбного договору про правовий режим майна, придбаного ними до реєстрації шлюбу та юридичної значимості добровільно визнаного ними спільного проживання однією сім'єю до реєстрації шлюбу, і придбання в цей період спільного майна.

Щодо першого питання ВСУ висловив правову позицію про те, що норма ст. 97 СК України надає подружжю право визначати в шлюбному договорі правовий режим майна, придбаного до або під час шлюбу, проте не містить будь-яких заборон чи обмежень цього права. Встановивши, що правовідносини сторін і правовий режим спільного майна врегульовані сторонами в шлюбному договорі, суд обґрунтовано, виходячи з принципу свободи договору, застосував до цих правовідносин норми шлюбного договору, а не загальні норми СК України. Фактично, вказаною позицією підтверджена концепція «зворотної сили» шлюбного договору, адже навіть через багато років після укладення шлюбу подружжя може змінити в шлюбному договорі правовий режим майна, набутого одним з них або ними спільно як до, так і після укладення шлюбу [1].

Також ВСУ зазначив, що у разі виникнення спору про право, наявність або відсутність факту, що має юридичне значення, встановлюється судом в порядку позовного провадження при вирішенні спору про право. Оскільки імперативна норма, яка забороняє встановлення факту проживання однією сім'єю за домовленістю сторін, відсутня, то визнання такого факту сторонами в шлюбному договорі є правомірним [1].

Загалом, ВСУ дійшов висновку, що критеріями правомірності шлюбного договору є, по-перше, відсутність суперечностей між його змістом і вимогами закону, тобто відповідність договору імперативним нормам та, по-друге, дотримання моральних засад суспільства. Оскільки саме з такого розуміння правових норм виходив і ВССУ, то у задоволенні заяви про перегляд справи було відмовлено.

Отже, попри 20-річну історію закріплення інституту шлюбного договору в нашому законодавстві, практика їх укладення залишається вкрай незначною. На нашу думку, такий поганий зріст відбувається через наступні чинники: «менталітет» громадян нашої країни, адже вважається, якщо подружжя укладає шлюбний договір, то такий шлюб тривалим не буде; високий рівень юридичної неосвіченості. Хоч шлюбний договір і визначає майновий стан майна подружжя та їхні обов'язки, але він не є панацеєю від судових спорів з приводу набутого у шлюбі майна. Але якщо укласти такий договір обдуманно та за допомогою фахівців, то насправді можна уникнути багато непорозумінь та знайти компроміс.

Перелік посилань

1. Постанова Верховного Суду України від 28 січня 2015 року по справі №6-230цс14. URL: https://protocol.ua/ru/postanova_vsu_vid_28_01_2015_roku_u_spravi_6_230tss14/.
2. Селезнева Т.Ю. Брачний договір: переваги, зміст, функції. Бюлетень нормативно-правової інформації. 2003. № 11. С. 7–11.
3. Фурса С. Шлюбний контракт в нотаріальному процесі. Право України. 2002. № 5. С. 55–62.
4. Розрахунок кількості шлюбів та шлюбних договорів за 2018-2020 роки. URL: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1scFE4UQCYSApv029XWzAd3_Nl14u5Rb.

Мишаста К. Б., здобувачка вищої освіти 4 курсу
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Науковий керівник: Керноз Н. Є., старший викладач
кафедри публічного та приватного права
Національний університет «Чернігівська політехніка»

ЗЛОВЖИВАННЯ ПРОЦЕСУАЛЬНИМИ ПРАВАМИ В ЦИВІЛЬНОМУ СУДОЧИНСТВІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ

Відповідно до ст. 17 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, ратифікованої Законом України від 17.07.1997 року № 475/97-ВР «зловживання правом визначається як діяльність або дії, спрямовані на скасування прав та свобод, визнаних у Конвенції, або на їх обмеження в більшому обсязі, ніж це передбачено в Конвенції»[1].

З 15.12.2017 року Законом України «Про внесення змін до Господарського процесуального кодексу України, Цивільного процесуального кодексу України, Кодексу адміністративного судочинства України та інших законодавчих актів» від 03.10.2017 р. № 2147-VIII принцип неприпустимість зловживання процесуальними правами є новелою в українському національному судочинстві, який запроваджений як інструмент протидії щодо несумлінних, недобросовісних і недоброчесних дій учасників судового процесу.

Відповідно до ст. 44 Цивільного процесуального кодексу (далі - ЦПК) України учасники судового процесу та їхні представники повинні добросовісно користуватися процесуальними правами. Зловживання процесуальними правами не допускається. Зловживання процесуальними правами визначається як дії, що суперечать завданню цивільного судочинства [2].

Хоча законодавець проголосив принцип неприпустимості зловживання процесуальними правами, проте не дав визначення вказаного терміна, що дещо ускладнює його розуміння. У науці існують різні підходи до визначення цього поняття.

Так, слушно В.С. Петренко визначає зловживання процесуальними правами як «здійснення цивільних прав виключно з наміром заподіяти шкоду іншій особі, дії в обхід закону, а також інше завідомо несумлінне здійснення цивільних прав» [3].

У своїх роботах В.В. Резнікова визначає зловживання процесуальними правами під кутом призначення як: «...вольову свідому діяльність чи дію суб'єкта з недобросовісної реалізації наданого суб'єктивного права, яка не відповідає його призначенню та завдає шкоди як суспільним інтересам, так й інтересам третіх осіб, або створює пряму загрозу її настанню при формальній правомірності такої діяльності (дії)» [4, с. 34].

В свою чергу О. Я. Рогача вважає, що зловживання процесуальними правами можна визначити як «недобросовісне здійснення особою права на судовий захист, використання стороною судового процесу цього права не відповідно до призначення процесу» [5, с. 148].

В ч.2 ст.44 ЦПК України наведений невичерпний перелік дій, які можуть бути визнані зловживанням процесуальними правами. До таких дій можна віднести: подання скарги на судові рішення, яке не підлягає оскарженню, не є чинним або дія якого закінчилася; подання клопотання (заяви) для вирішення питання, яке вже вирішене судом; подання декількох однакових позовів з метою маніпуляції автоматизованим розподілом справ; необгрунтоване або штучне об'єднання позовних вимог задля зміни підсудності тощо [2]. Зокрема, зловживаннями процесуальними правами визнані:

- подання особою безпідставних заяв до апеляційного суду та несплата кожного разу нею судового збору, що затягувало повернення справи на розгляд до суду першої інстанції;

- дії адвоката у справі №757/32769/15-ц, який подаючи касаційну скаргу, достовірно знав, що провадження не може бути відкрито, оскільки постанова суду касаційної інстанції оскарженню не підлягає, за що отримав штраф [6];

- подання чисельних безпідставних заяв про відвід визнані КЦС ВС у справі №149/1100/17 такими, що суперечить завданням цивільного судочинства, визначеним ст. 2 ЦПК України та свідчать про системність зловживання правами [7].

Аналізуючи міжнародну практику становлення та визначення меж зловживання процесуальними правами, необхідно звернути увагу на правові позиції Європейського суду з прав людини (далі - ЄСПЛ), зокрема:

- у справі «Kuriec v. Poland» (Купец проти Польщі) ЄСПЛ зробив висновок: «...позов, який подається до суду для розгляду, вважається справжнім та серйозним, якщо лише немає явних показників протилежного, що можуть стати підставою для висновку, що позов є безпідставним (frivolous) або сутяжницьким (vexatious) або йому з інших підстав бракує обгрунтованості» [8];

- у справі «Salontaji-Drobnjak v. Serbia» (Салонтаджи-Дробняк проти Сербії) ЄСПЛ визначив: «...правова система має бути спроможною захистити себе від сутяжників, і саме національні органи мають запровадити ефективний судовий механізм захисту щодо позовів таких осіб, без обов'язкового використання заходів, що впливають на обсяг їх дієздатності» [9];

- у справі «Tanbay Tuten v. Turkey» ЄСПЛ зауважив, що «не суперечить праву доступу до суду накладення судових штрафів з метою попередження безпідставних позовів (рішення)» [10].

При цьому необхідно зробити акцент, що ЄСПЛ оголошує неприйнятною будь-яку індивідуальну заяву, якщо він вважає, що ця заява несумісна з положеннями Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод або Протоколів до неї, явно необгрунтована (manifestly ill-founded) або є зловживанням правом на подання заяви (abuse of the right of individual application).

Випадками зловживання процесуальними правами в практиці ЄСПЛ визнаються: підробка документів («Jian v. Romania»); неповідомлення суду ключової інформації, що має значення для справи («Al-Nashif v. Bulgaria»); подача скарги від чужого імені («Driifhout v. Netherlands»); використання образливих виразів на адресу держави-відповідача, її представників, самого ЄСПЛ, його співробітників або канцелярії («Rehak v. Czech Republic») тощо [11].

Важливим кроком на шляху реформування правосуддя стало закріплення у ЦПК України положень, якими забороняють учасників судового процесу зловживати процесуальними правами та встановлюють відповідальність за такі дії.

Здійснюючи аналіз положень ЦПК України уявляється можливим виокремити такі заходи до осіб, які зловживають процесуальними правами:

– повернення скарги, заяви, клопотання, якщо такі визнані зловживанням процесуальним правом;

– покладення на сторону, яка зловживає процесуальними правами, повністю або частково судових витрат незалежно від результатів вирішення спору (ч. 9 ст. 141 ЦПК України); але в літературі виказується точка зору, що такий підхід законодавця створює певну правову колізію, тобто однією із основних засад адміністративного судочинства є відшкодування судових витрат сторони, на користь якої ухвалене судове рішення (п. 12 ч. 3 ст. 2 ЦПК України) та судовий збір покладається на сторони пропорційно до розміру задоволених позовних вимог (ч. 10 ст. 141 ЦПК України);

– застосування заходів процесуального примусу для припинення зловживання правами у вигляді: попередження; видалення із залу судового засідання (ст. 145 ЦПК України); тимчасового вилучення доказів для дослідження судом (ст. 146 ЦПК України); приводу (ст. 147 ЦПК України); штрафу у сумі від 0,3 до трьох розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб; у разі неодноразового зловживання процесуальними правами - від одного до десяти розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб (ст. 148 ЦПК України); у деяких випадках суд може скасувати власну ухвалу про накладення штрафу у випадку, якщо особа виправила допущене порушення або надала докази поважності причин невиконання відповідних вимог суду чи своїх процесуальних обов'язків;

– винесення окремої ухвали (ст. 262 ЦПК України) [2].

Отже в національному процесуальному законодавстві недопустимість зловживання процесуальними правами визначена як основоположна засада судочинства. Також в ЦПК України виписаний невичерпний перелік дій, які можуть вважатися як зловживання процесуальними правами, а також види санкцій, які суд може застосувати в разі виявлення таких дій.

На нашу думку, оскільки відсутнє легальне визначення зловживання правами в національному судочинстві, тому пропонуємо його визначення як: «діяльність або дії учасників судової справи (їх представників), спрямовані на скасування прав та свобод, визнаних у чинному національному законодавстві, всупереч меті та завданню національного судочинства, що завдають шкоди або створюють загрозу завдання шкоди правам, свободам й інтересам інших учасників судової справи».

Вважаємо за необхідне закріпити в процесуальному законодавстві України запропоноване визначення та чіткі критерії, за якими суди зможуть кваліфікувати дії учасників судового процесу як зловживання процесуальними правами.

Перелік посилань

1. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод: ратифікована Законом України від 17.07.1997 р. № 475/97-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text (дата звернення: 07.11.2021).

2. Цивільний процесуальний кодекс України: Закон України від 18.03.2004 р. № 1618-IV. Дата оновлення: 05.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15/ed20200813#Text> (дата звернення: 10.12.2021).

3. Петренко В.С. Механізми запобігання та протидії зловживанням процесуальними правами у цивільному судочинстві. *Зловживання цивільними процесуальними правами: шляхи протидії*: матер. круглого столу (м. Одеса, 27 лист. 2015 р.) / уклад.: І. В. Андронов, Н. В. Волкова, Р. Ф. Гонгалло; НУ ОЮА, Каф. цив. проц. Одеса: Фенікс, 2015. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/4100/Petrenko.pdf?sequence=1>.

4. Резнікова В.В. Зловживання правом: поняття та ознаки. *Університетські наукові записки*. 2013. № 1 (45). С. 23–35.

5. Рогач О. Я. Зловживання позивачем процесуальним правом при використанні правових механізмів, передбачених ст. 207 ЦПК Цивільного процесуального кодексу України. *Порівняльно-аналітичне право*. 2013. № 3-1. С. 148–150.

6. Ухвала Верховного Суду міста Києва від 16.04.2019 (справа № 757/32769/15-ц, провадження № 61-4514 ск 19). ЄДРСР. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/81202852> (дата звернення: 10.12.2020).

7. Ухвала Верховний Суд у складі колегії суддів Першої судової палати Касаційного цивільного суду міста Києва від 23.07.2018 (справа № 149/1100/17, провадження № 61-35758ск18). ЄДРСР. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/75447692> (дата звернення: 10.12.2020).

8. Case of Kupiec v. Poland. № 16828/02. 3 February 2009. URL: <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-91065>. (дата звернення: 07.12.2021).

9. Case of Salontaji-Drobnjak v. Serbia. № 36500/05 13 October 2009. URL: http://repositoriocdpd.net:8080/bitstream/handle/123456789/1140/DJ_ECHR_SalontajiDrobnjakVserbia_2010.pdf?sequence=1 (дата звернення: 10.12.2021).

10. Case of Tanbay Tuten v. Turkey 38249/09. 10 December 20013. URL: <http://hudoc.echr.coe.int/app/conversion/docx/?library=ECHR&id=001-138892&filename=CASE%20OF%20TANBAY%20T%C3%9CTEN%20v.%20TURKEY.docx&logEvent=False> (дата звернення: 10.12.2021).

11. Калева А. А. Зловживання процесуальними правами: проблемні питання судової практики. URL: <https://barristers.org.ua/news/zlovzhyvannya-protseualnymy-pravamy-problemni-pytannya-sudovoyi-praktyky/> (дата звернення: 10.12.2020).

Овсієнко Д. О., здобувачка вищої освіти, гр. ПД-181 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», darina.ovsienko@gmail.com

Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryuna_8067@ukr.net

ЗАХОДИ ПРОЦЕСУАЛЬНОГО ПРИМУСУ В АДМІНІСТРАТИВНОМУ ПРОЦЕСІ

Ефективність діяльності адміністративного суду напряму пов'язана із налагодженістю взаємодії з іншими учасниками адміністративного судочинства та зумовлена дотриманням усіма особами встановленого порядку у судовому засіданні. Значення нормативно встановлених заходів процесуального примусу в КАС України полягає в тому, що суди отримують реальні інструменти для впливу на осіб, що порушують встановлені в суді правила.

За загальним правилом підставами застосування заходів процесуального примусу є сукупність закріплених у нормах КАС України обставин, необхідних, а також достатніх для законного застосування судом заходів процесуального примусу до осіб, які протиправно перешкоджають здійсненню адміністративного судочинства або порушують встановлені в суді правила. Такі заходи можуть застосовуватись до будь-яких учасників судового процесу, незалежно від їх адміністративно-процесуального статусу, а також інших осіб, що не беруть участі у справі, однак були присутні в залі судового засідання та порушували встановлені в адміністративному суді правила, тобто це глядачі, представники засобів масової інформації тощо) [1, с. 82].

Відповідно до вимог ст. 130 Конституції України держава зобов'язана забезпечити належні умови для функціонування та діяльності суддів. На її виконання у статтях КАС України (ст. ст. 144–149) закріплено адміністративно-процесуальні норми, які визначають заходи процесуального примусу, їх види, підстави, умови та особливості порядку застосування. Зазначені норми надають адміністративним судам повноваження впливати на осіб, які порушують встановлений порядок під час судового засідання.

Державний примус виступає як засіб правового забезпечення належного функціонування правової системи на різних етапах реалізації права – як на етапі застосування норм об'єктивного права, результатом чого є виникнення відносин, так і на етапі здійснення суб'єктивного права, що є елементом правового відношення [2, с. 135].

На основі порівняльного аналізу процесуального та адміністративного правового примусу можна виокремити низку спільних, а також відмінних рис. По-перше, адміністративний примус використовують у публічному управлінні для охорони суспільних відносин, які виникають у цій сфері виконавчо-розпорядчої і організаційно власної діяльності в той час як судовий примус застосовується для забезпечення додержання встановленого порядку здійснення правосуддя. По-друге, механізми правого регулювання адміністративного та судового примусу передбачають різні підстави і порядок застосування відповідних примусових заходів. Застосування заходів процесуального примусу припускається при наявності однієї з наступних підстав – порушення порядку у залі судового засідання або невиконання розпоряджень головуючого. Коло підстав для застосування заходів адміністративного є набагато ширшим та включає проступки, злочини, стихійні лиха, епідемії, а також об'єктивно протиправні дії, що не є порушеннями, тому що вчиняються неосудними особами. По-третє, порядок застосування адміністративно-примусових заходів здебільшого регулюють норми адміністративного права, які знаходять своє вираження у багатьох нормативних актах. Нарешті, застосування адміністративного примусу – це результат реалізації державно-владних повноважень органів публічного управління, в той час як застосування процесуального примусу є результатом діяльності судових органів в особі головуючого в судовому засіданні [3, с. 55].

Варто наголосити на тому, що застосування примусу визнається правомірним, якщо існує факт протиправної поведінки особи і якщо неможливо в цій ситуації іншим чином його запобігти. Суб'єкт застосування заходів примусу зобов'язаний враховувати конкретні обставини, час, місце, умови і специфіку положення, яке склалося. Протиправна поведінка у судовому процесі виявляється у вчиненні умисних дій, внаслідок яких судочинство не може відбутися взагалі або істотно ускладнюється [4, с. 89]. Це можуть бути образа головуючого судді чи інших учасників адміністративного процесу, неправдиві повідомлення про наявність вибухових чи отруйних речовин у приміщенні суду, хуліганські дії в приміщенні суду, псування обладнання та меблів, пошкодження електричних мереж суду, недотримання норм санітарного чи протиепідемічного законодавства тощо.

Відповідно до класифікації вітчизняного законодавства про адміністративне судочинство за зловживання процесуальними правами та вчинення інших правопорушень до сторін у справі можуть застосовуватись такі заходи процесуального примусу:

- попередження (ст. 146 КАС України);
- видалення із залу судового засідання (ст. 146 КАС України);
- тимчасове вилучення доказів для дослідження судом (ст. 147 КАС України);
- привід (ст. 148 КАС України);
- штраф (ст. 149 КАС України) [5].

Що стосується процесуальних обов'язків учасників справи, то їхній перелік чітко закріплено у ч. 5 ст. 45 КАС України. Іншою статтею також визначено спеціальні процесуальні обов'язки для основних учасників справи – сторін, з урахуванням особливостей їхнього процесуального статусу (ст. 47 КАС України).

Варто відзначити, що відповідальність учасників судового процесу за невиконання обов'язків, зловживання процесуальними правами, вчинення дій або допущення бездіяльності з метою перешкоджання судочинству натепер значно посилена законодавцем у вигляді накладення штрафу. На цей факт вказують нормативні приписи, встановлені ст. 149 КАС України. Зокрема, суд може постановити ухвалу про стягнення в дохід Державного бюджету України з відповідної особи штрафу у випадках:

- 1) невиконання процесуальних обов'язків, зокрема ухилення від вчинення дій, покладених судом на учасника судового процесу;
- 2) зловживання процесуальними правами, вчинення дій або допущення бездіяльності з метою перешкоджання судочинству;
- 3) неповідомлення суду про неможливість подати докази, витребувані судом, або неподання таких доказів без поважних причин суб'єктом владних повноважень;

4) використання під час процедури врегулювання спору за участю судді портативних, аудіо-технічних пристроїв, а також здійснення фото- і кінозйомки, відео-, звукозапису [6, с. 146; 4 с. 89-90].

Формами відповідальності передбачено не лише існуючі заходи процесуального примусу, а й застосування судом стягнень за невиконання вимог суду, покладання на учасників процесу відшкодування судових витрат у підвищеному розмірі.

Взявши до уваги вищевикладене та обміркувавши призначення заходів процесуального примусу, необхідно зазначити, що загальною метою їх, як й інших інструментів законодавства про адміністративне судочинство, є забезпечення справедливого, неупередженого та своєчасного вирішення судом спорів у сфері публічно-правових відносин з метою ефективного захисту прав, свобод та інтересів фізичних осіб, прав та інтересів юридичних осіб від порушень з боку суб'єктів владних повноважень. Конкретний внесок заходів процесуального примусу у виконання завдання адміністративного судочинства проявляється в тому, що вони насамперед:

- спонукають відповідних осіб до виконання встановлених у суді правил, добросовісного виконання процесуальних обов'язків;

- запобігають створенню протиправних перешкод у здійсненні судочинства, відраджуючи учасників справи та причетних до справи осіб від повторення процесуальних правопорушень (спеціальна превенція), а також справляючи виховний вплив на учасників адміністративного судочинства (загальна превенція);

- припиняють зловживання правами, не допускаючи безпідставного використання судів для досягнення цілей, що не є сумісними із правосуддям, зменшуючи операційне навантаження на суди та витрати бюджетних коштів на утримання судів, а також унеможливаючи прийняття справ до провадження та їх судового розгляду без достатніх для цього фактичних та правових підстав;

- можуть слугувати засобом компенсації втрат держави та учасників справи від зловживання процесуальними правами чи іншого процесуального правопорушення [7, с. 151].

Отже, заходи процесуального примусу, закріплені нормами КАС України, можна визначити як передбачені адміністративно-процесуальним законодавством засоби впливу фізичного, майнового або психічного характеру, які застосовуються судом або за його дорученням – іншими уповноваженими особами до учасників судового процесу та інших осіб, що присутні у залі судового засідання, з метою попередження, а також припинення зловживання процесуальними правами, запобігання створенню протиправних перешкод у відправленні судочинства та реалізації його принципів, забезпечення дотримання встановлених у суді правил та порядку ведення судового процесу.

Перелік посилань

1. Джафарова М. В. Загальні підстави застосування заходів процесуального примусу в адміністративному судочинстві. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2019. № 2. С. 81-84.

2. Кузьменко В. А. Сутність примусу в адміністративному процесі. *Університетські наукові записки*. 2011. № 4. С. 280-286.

3. Осауленко С. В. Правова природа заходів процесуального примусу в адміністративному судочинстві. *Правове життя сучасної України: матеріали Міжнар. наук. конф. проф.-викл. та аспірант. складу (м. Одеса, 16-17 травня 2013 р.) / відп. за вип. В. М. Дрьомін ; НУ «ОЮА». Півд. регіон. центр НАПрН України. Одеса: Фенікс, 2013. Т. 2. С. 55-57.*

4. Козинець І. Г., Стеченко К. Л. Зловживання процесуальними правами в адміністративному судочинстві. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2021. № 1. С. 88-91.

5. Кодекс адміністративного судочинства України: Закон України від 06.07.2005 р. № 2747-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15#Text> (дата звернення 25.10.2021)

6. Джафарова М. Загальна характеристика заходів процесуального примусу, які застосовуються в адміністративному судочинстві. *Підприємство, господарство і право*. 2019. № 3. С. 143–147.

7. Желтобрюх І. Заходи процесуального примусу, що застосовуються до сторін у справі за законодавством про адміністративне судочинство: шляхи оптимізації матеріально-правових підстав. *Підприємство, господарство і право*. 2020. № 3. С. 146–152.

Олійник В. П., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група УП-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», vika_ol27@ukr.net
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», Ira41215@ukr.net

ПРОБЛЕМА МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ І ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

В умовах ринкових відносин перед суспільством постає проблема соціальної незахищеності громадян. Насамперед це питання стосується молоді, оскільки вона має незначну професійну підготовку, малий трудовий досвід. Останнім часом ситуація у сфері молодіжної зайнятості в Україні постійно погіршується. Значна кількість молодих людей щорічно пропонує свою робочу силу на ринку праці після закінчення загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних і вищих навчальних закладів. Проте молодь стикається з низкою складностей на ринку праці, й пошук роботи переростає у проблему, яка негативно відбивається на показнику молодіжної зайнятості.

Так, працездатні молоді люди не можуть знайти роботу і реалізувати своє право на працю, оскільки роботодавці потребують досвідченого кадрового персоналу, який зможе одразу ефективно працювати. Ефективність роботи вчорашнього випускника вузу не може бути ефективною, оскільки спеціаліст-початківець не має відповідного досвіду та практики застосування отриманих знань. Якщо молода людина тривалий час безрезультатно шукає роботу, вона стає пасивною, втрачає віру у свої сили та життєву рівновагу.

Тому актуальність даної теми визначається важливою роллю молоді в економіці країни й молодіжне безробіття становить загрозу не тільки економіці держави, а й у перспективі погіршує соціальну та криміногенну ситуацію в суспільстві. Саме молоді люди здатні впливати на суспільний прогрес і високому інтелектуальному потенціалові, мобільності, гнучкості можуть стати активними учасниками державотворчих процесів.

Загалом проблема профілактики і запобігання масовому безробіттю серед молоді має не тільки суто економічне, а й психологічне та соціальне підґрунтя, оскільки в разі його масового розгортання можливі дуже негативні наслідки не лише для особистості молодої людини, а й для суспільства в цілому.

Так безробіття супроводжується бідністю, зниження рівня життя населення. До того ж, молодь, яка не може знайти роботу на батьківщині, емігрує за кордон для пошуку гідного місця праці, що стає причиною відтоку робочої сили. Відсутність роботи стає приводом абортів, розлучень і зростання кількості дітей-сиріт. Також це спричиняє легковажне ставлення до освіти з боку молоді, тому роботодавцю складно знайти насправді високопрофесійного фахівця. Неможливо не зазначити й те, що більшість злочинів здійснюють молоді люди. Так, зростання рівня молодіжного безробіття призводить до погіршення криміногенної ситуації у країні.

Потрібно також врахувати, що відсутність роботи провокує молодих людей до алкоголізму і наркоманії. Усі згадані фактори руйнують націю. З огляду на це слід усяким чином запобігати зниженню рівня зайнятості, а також вживати певних заходів щодо боротьби з безробіттям серед молоді.

Тому я вважаю, що для вирішення проблеми молодіжного безробіття держава має подбати про створення атмосфери соціальної стабільності і захищеності для розглянутої категорії населення, а саме: формувати державне замовлення для вузів на такі спеціальності, які відповідають вимогам часу і умов сформованого ринку праці; стимулювати підприємства і приватних підприємців у збільшенні кількості молодих фахівців при формуванні кадрового потенціалу фірм, проводити на базі бірж праці та кадрових агентств консультативно-роз'яснювальні семінари з роботодавцями; виділяти необхідні фінансові кошти на початковому

етапі апробації молодого фахівця, ввести квотування чисельності молодих спеціалістів на підприємствах, організувати курси з планування кадрової політики для приватних підприємців. Знайти можливості додаткового фінансування державних програм та заходів у напрямку зайнятості; розробити систему заохочень та пільгового оподаткування, підприємств, що надають роботу молодим спеціалістам тощо; сприяти створенню необхідної кількості державних і комерційних спеціалізованих інститутів, що займаються працевлаштуванням, професійним консультуванням, психологічною підтримкою

Ефективне рішення проблеми працевлаштування молоді дасть поштовх до розвитку вітчизняної економіки, сприятиме становленню України як стабільної, розвиненої і процвітаючої держави.

Перелік посилань

1 Global economy guide, world economy principles, information about countries, country comparison. official web–page. Mode of access: http://www.theglobaleconomy.com/Ukraine/Youth_unemployment/.

2 Державна служба зайнятості України [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.dcz.gov.ua/.

3 Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4 Дяків О. Молодь на ринку праці регіону : проблеми та шляхи їх вирішення/ О. Дяків // Міжнародна науково-практична конференція «Праця в ХХІ столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток» / Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2012.– Т. 1. – С. 403–411.

5. Кудіна Л. Проблеми молодіжного безробіття та шляхи його подолання / Л. Кудіна // Молодіжна Альтернатива, 2011, 64 с.

Павлова С. Л., здобувачка вищої освіти, гр. ПД-201 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», Snezhanapavlova16@gmail.com
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryuna_8067@ukr.net

ПРАВОВІ ПІДСТАВИ ТА ПОРЯДОК ЗАСТОСУВАННЯ ФІЗИЧНОЇ СИЛИ ПОЛІЦЕЙСЬКОГО

Одним із центральних органів виконавчої влади, який забезпечує охорону прав, свобод та інтересів осіб, протидію злочинності, підтримання публічної безпеки і порядку, є Національна поліція України.

Відповідно до статті 42 Закону України «Про Національну поліцію» поліція під час виконання повноважень, уповноважена застосовувати такі заходи примусу: фізичний вплив (сила); застосування спеціальних засобів; застосування вогнепальної зброї.

Фізичним впливом є застосування будь-якої фізичної сили, а також спеціальних прийомів боротьби з метою припинення протиправних дій правопорушників.

Стаття 43 вищевказаного Закону визначає наступний порядок застосування заходів примусу:

1. Поліцейський зобов'язаний заздалегідь попередити особу про застосування фізичної сили, спеціальних засобів і вогнепальної зброї і надати їй достатньо часу для виконання законної вимоги поліцейського, крім випадку, коли зволікання може спричинити посягання на життя і здоров'я особи чи та/або поліцейського або інші тяжкі наслідки, або в ситуації, що склалася, таке попередження є невинуватим або неможливим.

2. Попередження може бути зроблено голосом, а за значної відстані або звернення до великої групи людей - через гучномовні установки, підсилювачі звуку.

3. Вид та інтенсивність застосування заходів примусу визначаються з урахуванням конкретної ситуації, характеру правопорушення та індивідуальних особливостей особи, яка вчинила правопорушення.

4. Поліцейські зобов'язані надавати невідкладну медичну допомогу особам, які постраждали в результаті застосування заходів примусу.

5. Заборонено застосування фізичної сили, спеціальних засобів і вогнепальної зброї до жінок з явними ознаками вагітності, малолітніх осіб, осіб з ознаками обмежених можливостей або старості, крім випадків учинення ними збройного чи групового нападу, учинення збройного опору поліцейському, що загрожує життю і здоров'ю інших осіб або поліцейських, якщо відбити такий напад або опір іншими способами і засобами неможливо [1].

А стаття 44 вказує, що:

1. Поліцейський може застосовувати фізичну силу, у тому числі спеціальні прийоми боротьби (рукопашного бою), для забезпечення особистої безпеки або/та безпеки інших осіб, припинення правопорушення, затримання особи, яка вчинила правопорушення, якщо застосування інших поліцейських заходів не забезпечує виконання поліцейським повноважень, покладених на нього законом.

2. Поліцейський зобов'язаний письмово повідомити свого керівника, а той зобов'язаний повідомити прокурора про завдання особі тілесних ушкоджень унаслідок застосування фізичної сили.

У теорії адміністративного права в основу класифікації заходів адміністративного примусу покладалася мета їх застосування. Ці заходи застосовуються з потрійною метою: а) для запобігання різним антигромадським проявам, недопущення утворення певної протиправної ситуації (запобігання); б) для припинення розпочатого або вже вчиненого протиправного діяння та забезпечення провадження в справах про адміністративні проступки (припинення); в) для покарання осіб, які вчинили правопорушення (відповідальність) [2, с. 38].

Говорячи про засоби забезпечення особистої безпеки співробітників Поліції, при реалізації покладених на них завдань, законодавство згадує право на застосування фізичної сили, спеціальних засобів, а також застосування вогнепальної зброї. Тим часом, дані правомочності співробітників поліції прямо впливають із змісту міжнародних актів. Відповідно до цих актів під посадовими особами щодо підтримки правопорядку розуміються всі служителі закону, які виконують поліцейські функції, особливо функції з арешту та затримання. Найбільш численною групою співробітників органів внутрішніх справ, які частіше за інших вдаються до зазначених заходів у повсякденній діяльності, є поліцейські. На їх прикладі ми й вивчатимемо підстави застосування співробітниками ОВС фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї.

Під умовами застосування сили та вогнепальної зброї слід розуміти встановлені законом обставини, від яких залежать виникнення та можливість реалізації співробітником поліції права на застосування фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї. Межі застосування фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї - це законодавчо встановлені межі застосування сили та зброї, перевищення меж яких тягне за собою матеріальну, дисциплінарну, або кримінальну відповідальність співробітника поліції.

Серед необхідних умов застосування фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї поліцією слід віднести необхідність проходити спеціальну підготовку, а також періодичну перевірку на професійну придатність до дій в умовах, пов'язаних із застосуванням фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї; дотримання заборон на застосування спеціальних засобів та вогнепальної зброї щодо певних категорій осіб; дотримання заборони на озброєння поліції спеціальними засобами, вогнепальною зброєю та боеприпасами, які завдають надмірно тяжких поранень або є джерелом невинуватого ризику [3, с. 60].

Підготовку співробітників поліції до дій в умовах, пов'язаних із застосуванням фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї, умовно можна розділити на кілька складових частин:

1. Вивчення положень законодавства, що регламентують правові підстави, правила та порядок застосування фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї. У цьому розділі професійної службової підготовки співробітникам надається також уявлення про види та підстави притягнення до відповідальності за неправомірне застосування фізичної сили, спеціальних засобів та вогнепальної зброї.

2. Вивчення тактико-технічних характеристик та матеріальної частини, що застосовуються в органах внутрішніх справ спеціальних засобів та вогнепальної зброї, а також правил поведінки з ними.

3. Практичні заняття, спрямовані на оволодіння співробітниками бойовими прийомами боротьби, навичками поведінки зі спеціальними засобами та вогнепальною зброєю, вогнепальною зброєю, що здійснюється в процесі оперативно-службової діяльності (професійної службової та фізичної підготовки) або додаткової професійної освіти [4, с. 224-226].

Заняття з професійної службової та фізичної підготовки включають: Правову підготовку; Службову підготовку; Вогневу підготовку; Фізичну підготовку.

Фізичну силу можна визначити як сукупність фізичних дій співробітника поліції, які не супроводжуються застосуванням спеціальних засобів і вогнепальної зброї, спрямованих проти окремих осіб або майна і які перебувають в обмеженої тілесної недоторканності цих осіб, свободи їх дій, пересування або розпорядження будь-якими предметами, а також у пошкодженні або тимчасовому вилученні майна, що належить комусь, з метою припинення активної протиправної поведінки цих осіб, а у разі їх протиправної бездіяльності, самостійного виконання співробітником поліції своєї законної вимоги.

Конкретні форми прояви застосування фізичної сили співробітниками Національної поліції України різноманітні, причому фізична сила може бути спрямована у відношенні людей, тварин, матеріальних об'єктів. Наприклад, застосуванням фізичної сили є зламування замку вхідних дверей для проникнення в житлові приміщення; примусове приміщення (або перенесення) особи, яка перебуває у стані алкогольного сп'яніння, у спеціальний автомобіль; примусове вилучення зразків слини, крові з метою виявлення фактів споживання алкоголю, наркотичних чи токсичних речовин особами, які підозрюються у скоєнні кримінального правопорушення; стримування потоку людей на мітингах, демонстраціях, концертах; вилучення з салону транспортного засобу водія, що керує ним, відмовляється надати даний автотранспорт для проїзду до місця події; утримання будь-яким чином собаки, яка намагається напасти на людей [5, с. 101-125].

Виходячи з викладеного, всі прояви фізичної сили можна класифікувати так:

1. По об'єкту впливу фізична сила може бути застосована щодо:

- людей, тварин;
- предметів, речовин, механізмів.

2. За способом впливу фізична сила може бути здійснена:

- безпосередньо, тобто без застосування механізмів, предметів, пристроїв;
- опосередковано, тобто із застосуванням різноманітних механізмів, предметів, пристроїв (наприклад, при зломі замку вхідних дверей може бути використаний ломик, металевий прут, труба, молоток; при відбитті нападу - підручні засоби тощо).

3. За характером впливу застосування фізичної сили може мати:

- оборонний характер;
- ініціативний (наступальний) характер.

4. За наслідками при застосуванні фізичної сили:

- завдається біль або шкода здоров'ю, настає смерть людей, тварин, руйнуються, ушкоджуються предмети, речовини, механізми;
- не настають зазначені наслідки, але обмежується тілесна недоторканність людей, тварин, свобода їх дій, пересування чи розпорядження будь-якими предметами, речовинами, механізмами, відбувається тимчасове вилучення предметів, речовин, механізмів, що належать комусь.

Отже, можна надати таке визначення поняття фізичної сили. Під фізичною силою розуміється засноване на законодавстві України, що не супроводжується застосуванням спеціальних засобів, зброї, бойової та спеціальної техніки прямий фізичний вплив посадових осіб поліції на людей, тварин або предмети за допомогою м'язової сили і що полягає у заподіянні болю, шкоди здоров'ю чи смерті людям і тварин, руйнування, пошкодження предметів, речовин, механізмів або тимчасове їх вилучення, в обмеженні тілесної недоторканності людей, тварин, свободи їх дій, пересування або розпорядження будь-якими предметами, речовинами, механізмами.

Перелік посилань

1. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 № 580-VIII: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19/conv#Text> (дата звернення: 30.10.2021).

2. Припутень Д. С. Поняття та особливості примусу у службовому праві України, не пов'язаного із юридичною відповідальністю. *Journal «ScienceRise: Juridical Science»*. 2018. № 2 (4). С. 36–41.

3. Новицький Г. Пам'ятка співробітникам поліції «Щодо застосування вогнепальної зброї». URL: <http://mediarnbo.org/2016/02/10/pamyatka-spivrobotnikam-politsiyi-shhodo-zastosuvannya-vognepalnoyi-zbroyi/> (дата звернення: 30.10.2021).

4. Росляков О. В., Прохоренков Д. В., Тихончук О. В. Особливості застосування фізичної сили, спеціальних засобів та зброї правоохоронними органами держав світу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Державне управління. 2020. №2. Т. 31 (70). С. 223-229. URL: http://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/39.pdf (дата звернення: 30.10.2021).

5. Основи тактичної підготовки працівників правоохоронних органів : навчальний посібник / В. В. Чмелюк, В. Л. Грищук, С. М. Бадьора, С. А. Антоненко. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. 218 с.

Пальона А. В., здобувач вищої освіти 3 курсу, група АЮ-191
Національний університет «Чернігівська політехніка», palionalesia@gmail.com

Науковий керівник: Чічкань М. В., канд. юрид. нваук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», mariya.chichkan@gmail.com

ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ЮСТИЦІЇ У СФЕРІ АДАПТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ДО ЗАКОНОДАВСТВА ЄС

Європейська інтеграція нашої країни вимагає прискорення процесу адаптації національного законодавства до законодавства Європейського Союзу, усунення колізій та прогалин у позитивному праві, а також передбачає чітке визначення та закріплення правового статусу всіх органів державної влади. Ще у 1999 році був виданий Указ Президента «Про заходи щодо вдосконалення нормотворчої діяльності органів виконавчої влади», у якому зазначено, що функції з планування законопроектної роботи та роботи з адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу за поданням міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, координації нормотворчої діяльності органів виконавчої влади та контролю за цією діяльністю здійснює Міністерство юстиції України [1]. У цьому ж році 16 серпня була затверджена Постанова «Про Концепцію адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу», у якій зазначається, що діяльність з адаптації законодавства має провадитися як складова частина нормотворчої діяльності органів виконавчої влади на основі єдиної системи планування, координації та контролю. Всі функції координації а контролю за діяльністю органів виконавчої влади з адаптації законодавства виконуватиме Мін'юст, а координацію цієї діяльності забезпечуватиме Міжвідомча координаційна рада, що утворена при Мін'юсті [2].

Наступним кроком у цьому напрямку стало прийняття у 2002 році “Концепції Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу”, у якій задекларовано, що державна політика України у цій сфері формується як невід’ємна частина правової реформи в Україні та має на меті забезпечення єдиних підходів до нормативного проектування, обов’язкових вимог законодавства Європейського Союзу під час підготовки кваліфікованих спеціалістів, створення умов для інституційної, наукової та освітньої, нормативної, технічної, фінансової підтримки щодо адаптації українського законодавства [3].

На виконання цієї концепції, Законом України від 18 березня 2004 року затверджено “Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу”, де зазначається, що адаптація законодавства - це процес приведення законів України та інших нормативно-правових актів у відповідність до *acquis* ЄС (правова система ЄС). Адаптація українського законодавства до законодавства ЄС є пріоритетною складовою процесу інтеграції України до Європейського Союзу, що, у свою чергу, є пріоритетним напрямком зовнішньої політики України [4]. Відповідно до вищезазначеного закону визначаються принципи адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Органом, що координує роботу з виконання Програми, є уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу (далі - уповноважений центральний орган виконавчої влади), який: в установленому законодавством порядку щороку подає Міністерству фінансів України пропозиції щодо фінансування заходів з виконання Програми для врахування їх у проекті Державного бюджету України; разом з Комітетом Верховної Ради України з питань Європейської інтеграції здійснює моніторинг виконання Програми. Уповноважений центральний орган виконавчої влади забезпечує реалізацію політики у сфері адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу.

З метою організації виконання Закону України "Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу", функції уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу покладено на Міністерство юстиції України [5].

Також слід звернути увагу на затверджений Кабінетом Міністрів України Порядок підготовки та реалізації плану заходів з виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, який визначає механізм щорічної підготовки та реалізації плану заходів з виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу та взаємодії органів виконавчої влади у цьому процесі. Роботу з підготовки щорічного плану організовує Мін'юст; центральні органи виконавчої влади щороку подають Мін'юсту: пропозиції стосовно джерел *acquis communautaire*, що регулюють правовідносини у відповідних сферах і які необхідно перекласти у наступному році - до 15 квітня; пропозиції до проекту плану на наступний рік та інформацію про джерела фінансування та обсяги видатків на здійснення заходів з адаптації законодавства в наступному році, у тому числі включені до їх бюджетних запитів - до 15 червня. Мін'юст формує на наступний рік орієнтовний план перекладів джерел *acquis communautaire* на українську мову, план проведення порівняльного аналізу регулювання правовідносин у відповідних сферах в Україні та Європейському Союзі і забезпечує їх виконання та розробляє рекомендації щодо приведення законодавства України у відповідність з *acquis communautaire* та надсилає їх заінтересованим органам виконавчої влади. На підставі звітів, поданих Мін'юсту до 5 липня та 5 січня центральними органами виконавчої влади, визначеними у плані відповідальними за виконання заходів, Мін'юст щороку до 15 липня та 20 січня інформує Координаційну раду про результати виконання плану. Заступник голови Координаційної ради, Міністр юстиції організовує підготовку щорічної доповіді про стан виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу та до 20 січня подає її

проект Координаційній раді. Координаційна рада готує та до 15 лютого подає Верховній Раді України доповідь про стан виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу [6].

Відповідно до Положення про Міністерство юстиції України від 02.07.2014, Мін'юст відповідно до покладених на нього завдань здійснює науково-експертне, аналітичне, інформаційне та методологічне забезпечення виконання першого етапу реалізації Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу; здійснює експертизу проектів нормативно-правових актів та нормативно-правових актів, що підлягають державній реєстрації, на відповідність положенням Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод та практиці Європейського Суду з прав людини [7]. Ці та інші спеціалізовані завдання Міністерства юстиції України за рівнем їхньої деталізації більш детально вказують на методи та шляхи досягнення його мети, тим самим визначають конкретні види діяльності (функції) Міністерства юстиції України, необхідні для виконання цих завдань.

Отже, на основі проведеного аналізу чинного законодавства можна зробити висновок, що уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу є Міністерство юстиції України. Міністерство юстиції виконує важливі функції координації та контролю за діяльністю органів виконавчої влади з адаптації законодавства та розробляє рекомендації щодо приведення законодавства України у відповідність з *acquis communautaire* (правової системи ЄС).

Перелік посилань

1. Про заходи щодо вдосконалення нормотворчої діяльності органів виконавчої влади: Указ Президента від 09.02.1999 р. № 145/99. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/145/99#Text>.
2. Про Концепцію адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Постановою Кабінету Міністрів від 16.08.1999 р. № 1496. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1496-99-%D0%BF#Text>.
3. Про Концепцію Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 21.11.2002 р. № 228-IV. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/228-15/print1391541513067826>.
4. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18.03.2004 р. № 1629-IV. Редакція від 04.11.2018. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1629-15>.
5. Питання організації виконання Закону України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу»: Указ Президента України від 21 серпня 2004 р. № 965. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/965/2004#Text>
6. Порядок підготовки та реалізації плану заходів з виконання Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу від 15.10.2004 р. № 1365 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1365-2004-%D0%BF#Text>.
7. Про затвердження Положення про Міністерство юстиції України: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.07.2014 № 228. Редакція від 20.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/228-2014-п#Text>.

Песік Я. В., здобувачка вищої освіти, гр. ЦГЮ-191 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», yanaaap02@gmail.com
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryua_8067@ukr.net

ВПРОВАДЖЕННЯ ОБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Успішний розвиток будь-якої країни залежить від наявності здорового та міцного суспільства. Ключовим елементом у цьому виступає забезпечення гідного рівня надання медичних послуг для всіх верств населення. Очевидним є те, що для надання якісних медичних послуг медична сфера має бути достатньо профінансованою. В 2021 році на фінансування

медичної сфери було виділено 161,4 млрд. грн., що становить 12% видатків державного бюджету України, чим чинить значне навантаження на бюджет країн, однак при цьому не забезпечує високого рівня фінансування даної галузі [1].

Логічним є пошук альтернативних шляхів фінансування медичної сфери, найбільш ймовірним з яких виступає медичне страхування. В Україні неодноразово підіймалося питання запровадження загальнообов'язкового медичного страхування (з останніх, до прикладу у 2016 та 2020 роках) [2, 3], в тому числі створювалися законопроекти з приводу регулювання даного питання, однак наразі даний закон так і не прийнято. З огляду на це, актуальним є дослідження сьогоденного стану медичного страхування в Україні та перспектив його розвитку.

Слід почати з того, що відповідно до ч. 3 ст. 49 Конституції України, «у державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога надається безоплатно», що дає підстави вважати, що послуги мають надавати на безоплатній основі [4].

Однак на практиці велику частину послуг пацієнту все ж доводиться оплачувати самотужки, що вже засвідчує більш декларативний, ніж реальний характер цієї норми. Безумовно, держава велику кількість коштів виділяє на підтримку та забезпечення медичної сфери, однак, як було вказано вище, цього недостатньо. Окрім цього, значна сума видатків на медицину в 2021 році пов'язана з пандемією коронавірусу і в попередні роки видатки на медицину були значно менші. До прикладу 38,5 млрд. грн. у 2019 році [5].

Для того, щоб покращити ситуацію з медичною сферою доцільним буде впровадження засад страхової медицини, однією зі складових якої є впровадження загальнообов'язкового медичного страхування.

Слід визначити обов'язкове медичне страхування як елемент системи соціального страхування, в основі якого лежить принцип обов'язковості участі страхувальників (громадян, підприємств, підприємців) щодо фінансування охорони здоров'я шляхом внесення щомісячних страхових внесків до відповідних фондів держави або шляхом залучення до цього процесу страхових медичних компаній [6, с. 81].

Для того щоб визначити яку саме модель обов'язкового медичного страхування буде доцільно впровадити в Україні, слід розглянути які моделі взагалі існують. У світі існує чотири моделі фінансування медичного страхування.

1. Модель Бісмарка, передбачає що всі заклади охорони здоров'я є приватними, а оплата медичних послуг проводиться з фонду страхування працівників. Даний фонд акумулює кошти від роботодавців та працівників шляхом здійснення відрахувань із заробітної плати. Така модель діє у Франції, Нідерландах, Німеччині, Бельгії, Японії, Швейцарії.

2. Модель Беверіджа ґрунтується на тому, що медичні установи переважно знаходяться у державній власності, водночас використовують податки для надання та фінансування урядом медичного обслуговування. За такої моделі, пацієнт самостійно не платить за медичні послуги. Дана модель переважно діє у Великобританії, Іспанії, Скандинавії та Новій Зеландії.

3. Третя модель є сукупністю першої та другої. Вона переважно застосовується у Канаді. Згідно з цією моделлю медичні послуги надаються приватними постачальниками, але оплачуються вони за рахунок коштів державної програми страхування. Паралельно відбувається контроль витрат на медичні послуги шляхом обмеження відшкодування вартості деяких послуг, а також формуванням листків очікувань на певний вид послуг.

4. Модель прямої оплати, згідно з якою медична допомога оплачується напряму медичним установам. Така модель застосовується у розвинутих країнах для окремої категорії послуг і, більшістю країн, під час купівлі лікарських засобів, що відпускаються без рецепта [7, с. 112].

В Україні планується застосовувати модель медичного страхування, що функціонує у Великобританії, згідно з якою страхова медицина має фінансуватися з усієї суми податків, а не лише тих, які платять працевлаштовані офіційно. Окрім того, страхова медицина буде характеризуватись універсальним покриттям, тобто все населення нашої країни буде мати право

на її отримання [8]. У межах цієї моделі виділяється набір медичних послуг і ліків, що оплачуються державою, а все що виходить за межі даного переліку оплачується пацієнтом самостійно. Застосування даної моделі наближено до потреб України, оскільки у нашій державі присутній великий прошарок соціально незахищеного населення, поруч із значною тінізацією економіки.

Таким чином, можна зробити висновок, що система реформування медичної галузі в Україні розпочалась шляхом створення у 2017 році відокремленої установи – Національної служби здоров'я України, на яку покладено функції розподільника коштів для фінансування медичної галузі. У межах цього етапу відокремлено первинну ланку лікарів, що дозволило підвищити конкуренцію на ринку медичних послуг, а також спричинило зростання реальної заробітної плати медичних працівників первинної ланки. На наступному етапі відбувається адаптація всіх медичних установ до умов діяльності, з поступовим формуванням вторинної та третинної ланки надання медичних послуг.

Третім етапом, який нині ще не впроваджений, є формування на законодавчому рівні відповідних засад для створення системи добровільного медичного страхування, як передумови для формування засад розвитку обов'язкового медичного страхування. На цьому етапі пропонується здійснювати тісну взаємодію зі страховими компаніями щодо створення переліку медичних послуг та лікарських засобів, вартість яких має покриватись за рахунок страхових коштів, та формування консолідованого пакету оцінювання ризиків.

Отже, можемо зробити висновок, що для покращення функціонування медичної системи в Україні необхідно змінити її режим фінансування, шляхом запровадження загальнообов'язкового медичного страхування. Фактично, дії, які призводять до впровадження медичного страхування вже проводяться: реформування медичної галузі поступово наближає впровадження загальнообов'язкового медичного страхування. Зважаючи на це, в найближчі роки слід очікувати нових законопроектів, а можливо й чинних законів, які будуть запроваджувати та регулювати порядок загальнообов'язкового медичного страхування.

Перелік посилань

1. Державний бюджет України на 2021-й рік: Закон України від 15.12.2020 р. № 1082-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1082-20#Text> (дата звернення: 6.12.2021).
2. Проект Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне медичне страхування в Україні» від 02.08.2016 № 4981-2. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=59862 (дата звернення: 6.12.2021).
3. Проект Закону України «Про фінансове забезпечення охорони здоров'я та загальнообов'язкове медичне страхування в Україні» від 12.05.2020 р. № 3464. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68808 (дата звернення: 6.12.2021).
4. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. 254к/96-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 6.12.2021).
5. Видатки державного бюджету України в 2019 р. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/2019/> (дата звернення: 6.12.2021).
6. Сова О.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку медичного страхування в Україні. *Вчені записки університету «КРОК»*. 2018. Вип. 49. С. 80-92.
7. Барзилович А. Д. Впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні. *Державне управління*. 2020. №5-6. С. 109-114.
8. Торгун О. Чотири моделі страхової медицини. Яку обрала нова влада? URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/strahova-medicina-v-ukrajini-shcho-varto-znati-ostanni-novini-50065848.html> (дата звернення: 6.12.2021).

Песік Я. В., здобувачка вищої освіти, групи ЦГЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», uanaaap02@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧОЇ СИСТЕМИ НІМЕЧЧИНИ

Федеративна Республіка Німеччина є взірцем розвиненої держави з потужною економікою, демократичними цінностями, а крім цього ФРН є країною-засновником ЄС. Важливу роль в досягненні вказаних здобутків зіграли грамотні дії влади. ФРН слід вважати класичною парламентською республікою з визначальною роллю парламенту, а отже парламентські вибори є одним із найголовніших інституційних механізмів даної держави, який визначає політику та подальший розвиток держави. Зважаючи на це, важливим видається дослідження виборчого права і виборчої системи Німеччини.

Головними документами, що регулюють виборче право та виборчий процес ФРН є Основний закон ФРН [1], Закон про політичні партії [2], Федеральний закон про вибори.

Загальні засади виборчого права в ФРН встановлені конституцією. Основний закон ФРН проголошує в статті 20, абзаці 2: «Вся державна влада йде від народу. Вона здійснюється народом шляхом виборів, голосування та через особливі законодавчі, виконавчі та судові органи ...» [2]. Відповідно до частини другої статті 28 Основного закону, народ, повинен мати виборне представництво у федеральних землях Німеччини, а також в округах і муніципалітетах. Визначальним при цьому є зафіксоване в статті 33 Основного закону рівність всіх німців в їхніх громадянських правах та обов'язках. У якості базової норми федерального виборчого права Основний закон ФРН вказує в ст. 38-39, що депутати Бундестагу обираються на основі загальних, прямих, вільних, рівних і таємних виборів, строком на чотири роки. Правом на участь у виборах депутатів Бундестагу мають усі німці незалежно від віросповідання, раси, освіти, статі, майнового стану. Активним виборчим правом (правом вибирати) володіють особи, які досягли вісімнадцяти років; пасивним виборчим правом володіє той, хто досяг повноліття (ст. 38 Основного закону). Будь-який громадянин, що володіє виборчим правом, вирішує самостійно, чи скористатися ним чи ні. Участь у виборах для громадян ФРН не є обов'язковою.

За діючим законодавством ФРН, вибори до Бундестагу (парламенту ФРН) проводяться кожні чотири роки восени. Федеральний президент визначає день проведення виборів, однак вибори мають припадати на неділю або інший святковий день, встановлений у законодавчому порядку [3, с. 174].

Особливою рисою німецької виборчої системи є нестале число членів Бундестагу. Це означає, що голоси, віддані громадянами за земельними списками та за списками окремих виборчих округів підраховуються таким чином, що Бундестаг складається в такому самому співвідношенні, яке є в розподілі за окремими партіями. У випадку, якщо якась партія отримала у виборчих округах більше прямих мандатів (тобто за окремими виборчими списками), ніж їй належало б за її часткою голосів (за земельними списками), то вона має право залишити собі ці «переважаючі мандати» [4, с. 230].

Державою встановлено бар'єр 5%, який необхідно подолати партії для отримання місць в парламенті. Дане положення німецького законодавства вперше було введено Федеральним законодавством одразу після Другої Світової війни.

Федеральним законом про вибори до Бундестагу визначено основні демократичні принципи виборчого права: загальність (всі громадяни, які мають право голосу, можуть обирати та бути обраними), рівність (право обирати та бути обраним надається незалежно від статі, кольору шкіри, віросповідання, ідеологічних уподобань тощо), пряма участь громадян (брати участь у голосуванні можуть ті громадяни, яких внесли до виборчого списку та які мають право голосу; кожна особа може проголосувати лише один раз і повинна зробити це особисто), вільний і таємний характер (виборець має право на своє власне рішення, яке залишиться таємницею).

За організацію і проведення виборів в ФРН відповідають виборчі органи, члени яких повинні виконувати свої обов'язки незалежно і об'єктивно. В систему виборчих органів на федеральних виборах входять: Федеральний керівник виборів і Федеральна виборча комісія; земельний керівник виборів і земельна виборча комісія; керівник виборчого округу і кружна виборча комісія; голова виборчої дільниці і правління виборчої дільниці та ін. На чолі цієї ієрархії органів стоїть Федеральний керівник виборів. Традиційно на посаду Федерального керівника виборів призначається президент Федерального статистичного відомства. Також слід зазначити, що в кожному виборчому окрузі є не менш як один голова та правління для підрахунку голосів, надісланих поштою [3, с. 172].

У Німеччині досить поширеною є практика голосування поштою. Для цього виборець має в закритому конверті надіслати окружному уповноваженому по виборах своє посвідчення на право голосування і свій виборчий бюлетень в спеціальному конверті таким чином, щоб лист надійшов до 18:00 в день виборів. У посвідченні на право голосування виборець або особа, яка допомагає голосувати у такий спосіб, дає рівнозначне присязи завірення в тому, що виборчий бюлетень заповнений особисто і у повній відповідності з волею виборця.

Особливістю федерального законодавства є вимога залучення німецьких громадян до складу виборчих комісій на громадських засадах (неоплатній основі) в обов'язковому порядку та хоча б декілька членів (1–2) будь-якої виборчої комісії повинні мати юридичну освіту.

Важливим демократичним положення федерального законодавства Німеччини є часткове фінансування партій. З метою створення умов участі малих партій у виборчих перегонах, Федеральний конституційний суд визначив повертати усі витрати на виборчу компанію тим партіям, які зуміли отримати мінімум 0,5 % голосів виборців. Аналізуючи передвиборну агітацію варто зазначити, що в Німеччині вона завершується за два дні до голосування.

Німецьке законодавство передбачає, що за рахунок коштів Державного бюджету виготовляються інформаційні плакати про партії та кандидатів в одномандатних округах, надається ефірний час на радіо і телебаченні партіям – суб'єктам виборчого процесу, друкуються передвиборні програми партій і кандидатів в одномандатних округах. Також, відповідно до німецького законодавства політичним партіям, які беруть участь у парламентському виборчому процесі, виділяють безкоштовний рекламний час на телебаченні та радіо як на загальноєвропейському, національному, так і на регіональному рівнях в залежності від їхніх успіхів на останніх виборах. Так партії-переможці минулих виборів отримують до п'яти виходів в ефір, а партії, що програли минулі вибори – від одного до трьох [4, с. 233].

Відповідно, проаналізувавши виборче право та виборчу систему Німеччини, слід відзначити стабільність законодавчої бази Німеччини у сфері виборів, адже основні засади, визначені Основним законом ФРН, Законом про політичні партії, Федеральним законом про вибори фактично не зазнали значних змін, а отже дійсно залишалися дієвим правовим механізмом, а не об'єктом маніпуляцій правлячої влади. Важливою особливістю виборчого права ФРН є володіння з повноліття права як обирати, так і бути обраним. Також досить показовою є практика голосування поштою, однак, слід зазначити, що її застосування в інших державах є доцільним у випадку, коли виключається можливість махінацій шляхом голосування таким чином. Крім цього, заслуговує на увагу залучення до роботи виборчих членів громадян із юридичною освітою, які знають як дотримуватись законів та вміють їх правильно тлумачити.

Перелік посилань

1. Конституция Федеративной Республики Германии 1949 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.concourt.am/armenian/legal_resources/world_constitutions/constit/germany/german-r.htm.
2. Закон ФРГ о политических партиях (Закон о партиях) от 24 июля 1967. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravoznavec.com.ua/books/letter/280/%D2/20782>.
3. Штефуца, В. Організація і проведення федеральних виборів в ФРН: політико-правовий аналіз [Текст] / В. Штефуца // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія, Соціологія, Філософія. – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2009. – Випуск 13. – С. 172-177.

4. Мельник, І. Порівняльний аналіз законодавчої бази електоральної участі України та Федеративної республіки Німеччина [Текст] / І. Мельник // Політичний менеджмент. – 2012. - № 4-5. – С. 227-237.

Пивовар М. А., здобувач вищої освіти, групи ЦГЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», maks.pivovar.02@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ФЕДЕРАТИВНОГО УСТРОЮ ШВЕЙЦАРСЬКОЇ КОНФЕДЕРАЦІЇ

На сьогоднішній день Швейцарія, беручи до уваги її культурну та мовну різноманітність та порівняно невелику площу, офіційно має назву Швейцарської Конфедерації. Зважаючи на особливості даної держави, актуальним питанням постає дослідження особливостей федеративного устрою Швейцарської Конфедерації.

Федеративний устрій Швейцарії закріплений у конституціях 1848, 1874 та 1999 рр. Відповідно до конституційних положень Швейцарія – держава із федеративним типом державного устрою, яка поділена на 26 кантонів (20 кантонів та 6 напівкантонів) та 3 тис. общини [1, с. 4].

Набувши самостійності задовго до виникнення сучасної держави, кантони продовжують залишатися своєрідними державними утвореннями з притаманними їм інститутами влади: кожен з них має свою конституцію, парламент, уряд, поліцію, судочинство і т. ін. Кантони прагнуть, наскільки це можливо, зберегти свій суверенітет і самобутність, делегувавши федеральній владі повноваження лише в тих сферах, де це викликано об'єктивною політико-економічною доцільністю [2].

Як і більшість федеративних держав, Швейцарія має двопалатний парламент, що складається з нижньої палати – Національної Ради (200 депутатів) та верхньої – Ради Кантонів (46 депутатів), які мають рівні права. Члени Національної Ради (1 депутат на 34 000 жителів) обираються на пропорційній основі шляхом таємного голосування терміном на 4 роки. Депутати Ради Кантонів (по 2 від кантону та по 1 від напівкантону) обираються відповідно до кантонального законодавства (у більшості кантонів за мажоритарною системою).

Структура швейцарського уряду є незвичною. Роль виконавчої гілки влади суттєво зросла під час Другої світової війни. Однак повноваження уряду суттєво обмежувала необхідність винесення на всенародний референдум будь-якої ініціативи федерального уряду. Для вирішення цієї проблеми, на федеральному рівні домовилися про формування на пропорційній основі уряду, до якого входили б по два представники від соціал-демократів, християнських демократів, лібералів та один представник – від народної партії. Уряд успішно проіснував майже 44 роки, а за результатами парламентських виборів 2003 року в ньому було надано місце ще одному «народникові» за рахунок християнських демократів [3, с. 427].

За конституцією Федеральна Рада (уряд) є вищим розпорядчим та виконавчим органом, що обирається Федеральними Зборами. Президент обирається серед федеральних радників строком на 1 рік і очолює уряд.

Найвищим федеральним судовим органом є Федеральний Верховний Суд. Обираючи його суддів, Федеральний парламент забезпечує представництво в суді всіх офіційних мов держави. До складу федерального суду входять 26-28 суддів і 11-13 присяжних, що засідають в окремих приміщеннях залежно від характеру розглянутої справи. Члени суду обираються федеральними зборами терміном до шести років. За згодою Федерального парламенту кантони можуть передавати розгляд спорів у галузі адміністративного права кантонів до юрисдикції Федерального Верховного Суду [4, с. 311].

Отже, аналізуючи федеративний устрій Швейцарською Конфедерації, слід зазначити, що кантони мають достатньо широкі повноваження, та делегують федеральній владі повноваження виключно у випадках, коли це зумовлено політико-економічною доцільністю.

До основних органів державної влади Швейцарської Конфедерації належать двопалатний парламент, що складається з Національної Ради та Ради Кантонів; Федеральна Рада (уряд), яка очолюється Президентом та Федеральний Верховний Суд. Особливістю органів державної влади Швейцарської Конфедерації є широкі повноваження уряду та його особливий склад, який формується з чітко визначеного числа представників партій та необхідність затвердження ініціатив уряду всенародним референдумом.

Перелік посилань

1. Система державного управління Швейцарської Конфедерації: досвід для України [Текст] / уклад. Л. В. Примаченко ; за заг ред. Ю. В. Ковбасюка, С. В. Загороднюка. – К.: НАДУ, 2011. – 56 с.

2. Фляйнер Т. Швейцарія: конституція федерального государства и кантонов. [Електронний ресурс] // Казанский центр федерализма и публичной политики, 2006. Режим доступу – http://window.edu.ru/resource/658/37658/files/fedmono_2004.pdf.

3. Політико-ідеологічний процес в українському суспільстві в умовах модернізації: порівняльний аналіз. [Монографія] / За заг. ред. Ф.М. Рудича. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2013. – 448 с.

4. Рудич С. Ф. Швейцарія: Федералізм, багатокультурність, етнічна та культурна різноманітність [Текст] / С. Ф. Рудич // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2012. - № 5. – С. 304-319.

Попружний І. В., здобувач вищої освіти, група ЦГЮ-201

Національний університет «Чернігівська політехніка»,

Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО ЛАДУ ТА ПРАВА УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ ГЕТЬМАНА П. СКОРОПАДСЬКОГО

У Києві 29 квітня 1918 р., за ініціативою Союзу земельних власників, відбувся хліборобський з'їзд, на якому гетьманом України було обрано П. Скоропадського. Головна мета Скоропадського була «добро і користь усіх для нас дорогої України». Своє гетьманування Скоропадський почав із видавництва декількох нормативно-правових актів, відмови від попередньої соціальної політики УЦР. У «Грамоті до всього українського народу» він закликав дотримуватися порядку і спокою в державі. Проголошувалося, що управляти державою Скоропадський буде «до вибрання Сейму і відкриття його діяльності». Конституційною основою новоутвореної держави були «Закони про тимчасовий державний устрій України», згідно з якими УЦР, Мала рада розпускалася, а закони УЦР та Тимчасового російського уряду скасовувалися. «Українська Народна республіка» перетворилася на «Українську державу».

Сучасні науковці й досі не мають єдиної позиції стосовно форми правління Української Держави. Згідно з документами «Грамоті до ...» і «Законів про ...» гетьман тимчасово має всю повноту влади, влада управління належить виключно гетьману. Йому належала виконавча, законодавча влада, а також був наділений необмеженою владою у сфері судочинства. Скоропадський був Верховним воєводою української армії та флоту, стверджував закони (без його санкцій ніякий закон не може мати сили), мав право помилування засуджених, пом'якшення міри покарання й звільнення від судової відповідальності, займався зовнішньою політикою, затверджував весь склад Ради міністрів та її голову, а також затверджував інших урядовців у випадку, коли процедура не передбачалася законодавством держави.

Однак Павло Петрович не відкидав можливості представницької системи у державі. Посилаючись на згадані вище «Закони про тимчасовий устрій України», в яких стверджується, що вони є тимчасовими, до вибрання Сейму, можна дійти висновку, що одноосібна влада гетьмана була розрахована на конкретно визначений термін, після якого в майбутньому мав бути обраний Сейм, який перебрав би на себе законодавчу владу.

Скоропадський вважав, що минуле України було б не таким тяжким, ускладненим різними обставинами, якби після смерті гетьмана одразу було визначено хто успадкує владу, без початку партійних сварок з приводу обрання нового гетьмана. Тому турбуючись про забезпечення керівництва країною у випадку загострення політичної ситуації у державі, П. Скоропадським було затверджено «Тимчасовий закон про верховне управління державою на випадок смерті, тяжкої хвороби і перебування поза межами держави Ясновельможного пана Гетьмана всієї України». У цьому нормативно-правовому акті передбачалося, що «в разі тяжкої хвороби або смерті Ясновельможного Пана Гетьмана Верховне Управління Державою, тимчасово, аж до одужання або до вступлення нового Гетьмана, в порядкуві, який встановлено буде окремим законом, належить Колегії Верховних Правителів Держави». До складу Колегії входило три особи: перша особа була задалегідь визначена Гетьманом, друга – обрана Державним сенатом, третя – обрана Радою міністрів. [1, с. 377].

Рада міністрів формувалася гетьманом, та виконувала функції найвищого виконавчого урядового органу [4, с. 73]. Повноваження Ради, її компетенція визначалася «Законами про ...» і полягала у спрямуванні й координації діяльності відомств стосовно законодавчої політики. Очільник уряду мав назву «Отаман-міністр», а керування справами Отамана-міністра займався Генеральний секретар та Генеральна канцелярія. Отаман-міністр разом із іншими міністрами несли персональну відповідальність перед Гетьманом за державне управління. В разі посадового злочину чи проступку на них накладалася кримінальна чи громадська відповідальність. Окрім безпосередніх функцій на Раду міністрів покладалася функція законодавчої влади через те, що в Українській державі не існувало не існувало законодавчого органу – парламенту або іншого аналогічного органу.

Мала рада міністрів була допоміжним органом Ради міністрів, який займав важливе місце у системі органів центральної виконавчої влади. Мала рада складалася з голови Малої ради та заступників міністрів, що займалася розглядом адміністративних та законодавчих пропозицій окремих міністрів, які не вимагали взаємного узгодження відомств у письмовій формі, проект штатів і кошторису окремо взятих міністерств та ін.

Основу конституційного права у державі Скоропадського склали «Закони про тимчасовий державний устрій України» та інші акти, що деталізували статус окремих владних органів. До структури «Законів про...» входило сім розділів - «Про гетьманську владу», «Про віру», «Права і обов'язки українських козаків і громадян», «Про закони», «Про Раду Міністрів і міністрів», «Про Фінансову Раду» й не менш важливий розділ «Про Генеральний Суд». «Закони про тимчасовий державний устрій України» виконували роль регулятора повноважень уряду, прав і обов'язків громадян, основи фінансової політики й судоустрою тощо.

Законом затверджувалося, що приватна власність громадян Української Держави Скоропадського були недоторканими. Кожен український козак і громадянин мали право вільного вибору місця проживання., праці, набування і відчуження майна.

Держава Скоропадського керувалася твердими засадами законів. Закони мали загальний й обов'язковий характер для всіх громадян ті іноземців, і не набирали чинності до поки не були офіційно опубліковані у встановленому порядку. Законам надавалася обов'язкова сила від часу, призначеного для того в самому законі. Скасування закону було можливе лише «силою закону».

Варто підкреслити, що в Українській гетьманській державі існував Закон «Про громадянство Української держави», в якому розтлумачили поняття громадянства, визначалися обставини його набуття чи втрати, права та обов'язки громадянина Української держави. Згідно з Законом «Про громадянство...» під громадянством Української держави розумілася та державно-правна приналежність людини до неї, що надавала особі права та обов'язки українського громадянина. Вся повнота політичних прав в Українській державі належала тільки громадянам цієї держави.

Отже, на підставі вище згаданих документів Українську Державу Скоропадського можна окреслити як Гетьманат із диктаторськими повноваженнями глави держави. Гетьман фактично здійснював одноосібне правління державою, тому що самотійно вів внутрішню та зовнішню політику країни. Влада управління належала виключно гетьману, а на Раду міністрів покладалася лише законопідготовчі й координаційні функції.

Перелік посилань

1. Терлюк, І. Я. Історія держави і права України [Текст] / І. Я. Терлюк. – Київ: Атіка, 2011. – 944 с.
2. Тимчасовий Закон про Верховне Управління Державою на випадок смерті, тяжкої хвороби і перебування по-за межами держави Ясновельможного Пана Гетьмана всієї України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0005300-18#Text>.
3. Павло Скоропадський. Спогади. Філадельфія. 1995 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archeos.org.ua/wp-content/uploads/2013/11/%D0%A1%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf>.
4. Історія держави і права України: підручник в 2-х т. [Текст] / За ред. В. Я. Тація, А. Й. Рогожина, В. Д. Гончаренка. – К.: ІнЮре, 2003. - Т. 2. – 580 с.

Присяжний В. В. ., здобувач вищої освіти, група ЦГЮ-201
Національний університет «Чернігівська політехніка», vadym.prisyajnu@gmail.com
Науковий керівник: Кочина О. С., канд. юрид. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», Aleksandra.cn88@gmail.com

ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ У ЦИВІЛЬНОМУ ПРАВІ

Після розвалу СРСР розбудова Української держави на засадах капіталістичної моделі економіки призвела до розвитку ринкових відносин, що у свою чергу вплинуло на цивільне право та законодавство нашої держави. Zobov'язання становлять велику частину цивільно-правових відносин і утворюють інститут «Зобов'язальне право». Регулювання цих правовідносин є важливим завданням для держави, оскільки це необхідно для розвитку громадянського суспільства, забезпечення його стабільності та порядку.

Zobov'язальні відносини були відомі ще в римському праві. В III ст. до н.е. в джерелах Стародавнього Риму з'явився термін *obligatio*, яким позначалося zobov'язання. Зазначалося, що zobov'язання є правовими кайданами, що примушують нас щось виконати відповідно до законів нашої держави [1, с. 124]. До цього часу zobov'язання були відомі переважно тільки з деліктів як спосіб відшкодування шкоди, хоча також були досить поширена кровна помста та принцип таліону.

У сучасній науці цивільного права є два розуміння поняття цивільного zobov'язання. Перше з них включає в себе усі правові зв'язки між сторонами, що виникають на підставі двостороннього договору. Кредитор щодо боржника має більш розширену свободу вимагаючи виконання zobov'язання. Друге – поділяє ці зв'язки на два zobov'язання, у кожному з яких є тільки один кредитор і тільки один боржник [2, с. 23].

В ч. 1 ст. 509 Цивільного кодексу (далі – ЦК) дано визначення zobov'язання як правовідношення, в якому одна сторона (боржник) zobov'язана вчинити на користь другої сторони (кредитора) певну дію (передати майно, виконати роботу, надати послугу, сплатити гроші тощо) або утриматися від вчинення певної дії (негативне zobov'язання), а кредитор має право вимагати від боржника виконання його обов'язку [3]. Таке поняття є одностороннім правовим зв'язком і цьому розумінню відповідають загальні положення про zobov'язанні.

Але відповідно до ч. 2 ст. 510 ЦК «якщо кожна із сторін у zobov'язанні має одночасно і права, і обов'язки, вона вважається боржником у тому, що вона zobov'язана вчинити на користь другої сторони, і одночасно кредитором у тому, що вона має право вимагати від неї». Це визначення zobov'язання є двостороннім. Щоб не плутатись у цих розуміннях необхідно виходити з контексту правовідносин, що вчиняються, змінюються або припиняються. Для більш конкретного роз'яснення законодавець говорить про договірні zobov'язання, тобто такі що базуються на двосторонніх договорах, і в яких присутні як права так і обов'язки кожної сторони правочину. Кількість таких правовідношень дуже велика. Зміст окремих глав

підрозділу I «Договірні зобов'язання» розділу III Книги п'ятої ЦК свідчить про те, що законодавець розуміє зобов'язання, що ґрунтується на двосторонніх договорах, в яких є два кредитори і два боржники [3].

Договірні зобов'язання становлять важливу і необхідну частину законодавства України і вони мають ряд специфічних ознак:

По-перше, договірне зобов'язання як різновид відносного правовідношення встановлює правовий зв'язок лише між його сторонами. Що ж стосується третьої особи, то зобов'язання не може створювати для неї обов'язку. Воно може породжувати для такої особи тільки право щодо боржника та (або) кредитора, і то лише у випадках, встановлених виключно договором. Але питання використання цього права залежить від волі третьої особи. Передбачається заміна кредитора чи боржника крім випадків коли зобов'язаннях, нерозривно пов'язаних з особою кредитора, зокрема у зобов'язаннях про відшкодування шкоди, завданої каліцтвом, іншим ушкодженням здоров'я або смертю.

По-друге, договірні зобов'язання передбачають здійснення боржником активних дій, спрямованих на виконання покладе - них на нього обов'язків. Отже, договірні зобов'язання — це зобов'язання з позитивним змістом. Окремі елементи негативного змісту в договірних зобов'язаннях не змінюють його позитивного змісту в цілому.

По-третє, як вже відзначалося, хоча договірні зобов'язання мають переважно майновий характер, оскільки їх головною метою є опосередкування відносин економічного обороту, немає ніяких перешкод для існування зобов'язань немайнового характеру. В сучасний період це повністю узгоджується з принципом свободи договору та сучасним поглядом на сутність і роль нематеріальних благ. Таку позицію підтримує і законодавець [4, с. 418].

Отже, наука і чинне цивільне законодавство України визнають два розуміння поняття зобов'язання. Це створює плутанину і для її вирішення законодавці використовують термін «договір», що став настільки поширеним, що у деяких випадках замінив термін «зобов'язання». Але не слід ототожнювати ці два терміни. Договір є однією з підстав для виникнення зобов'язальних відносин.

Необхідно також торкнутися питання співвідношення понять «зобов'язання» та «обов'язок», оскільки вони тісно пов'язані між собою. Як стверджує Голубева Н. Ю, зобов'язання є видом цивільних правовідносин структурним елементом змісту якого є обов'язок боржника, але поняття обов'язок є універсальним, і не завжди є складовою зобов'язання [5, с. 79].

Оскільки зобов'язальні правовідносини є різновидом цивільно-правових відносин вони містять їх загальні характерні риси, а також свої особливості, а саме:

1) зобов'язальні правовідносини опосередковують динаміку цивільних відносин, тоді як право власності є статичним щодо майна. Зобов'язання тісно пов'язані з речовим правом. Наприклад, якщо власник реалізує свої права це призводить до виникнення зобов'язання а виконання зобов'язань призводить до виникнення, зміни або припинення права власності [6, с. 134].

2) зобов'язання є переважно майновими цивільними правовідносинами, хоча присутні і немайнові відносини (управлінські та організаційні дії (діяльність));

3) способом забезпечення виконання зобов'язання є відшкодування збитків, штрафи, пеня, неустойки;

4) зобов'язальні правовідносини є відносними правовідносинами, характеризуються чітко визначеним складом суб'єктів, завжди є уповноважена конкретна особа, яка має права (кредитор), а також зобов'язана особа (боржник). Згідно ч. 1 ст. 511 ЦК зобов'язання може породжувати для третьої особи права щодо боржника та (або) кредитора у випадках, встановлених договором.

5) рівноправність держави поряд з іншими суб'єктами зобов'язання. Держава – це особливе територіальне утворення, тому його об'єктом зобов'язання є майно яке перебуває в державній власності. Як суб'єкт зобов'язання держава здійснює свої права та обов'язки через органи державної влади у межах їх компетенції. У державі наявність вини при притягненні до відповідальності не характеризується психічним станом [7, с. 25].

Отже, наука цивільного права і законодавство України у визначенні поняття зобов'язання збігаються. При цьому законодавець визначає окрему групу договірних зобов'язань, підставою виникнення яких є договір. Вони мають специфічні ознаки: майновий характер, можливість узгодження умов, передбачають активні дії з боку боржника і пасивні дії кредитора. Не слід ототожнювати зобов'язання і обов'язок, оскільки перше набагато ширше поняття, ніж друге. Питання поняття зобов'язання та його ознак досить досліджене, однак потребує його подальшого аналізу у світлі нових змін цивільного законодавства України. Важливо зазначити що держава має особливий статус як суб'єкт зобов'язання, оскільки має особливий майновий статус, відповідальність несе лише своїм майном, виступає як суб'єкт через органи державної влади. Всі ці характерні ознаки і визначають зобов'язання як окремий інститут цивільного права, водночас, що тісно з ним пов'язаний. Треба зауважити, що він розвивається, оскільки з 2019 року вже діє новий спосіб забезпечення зобов'язань як довірча власність. Необхідність його конкретизації дуже важлива, оскільки носить значний суспільний інтерес. Такі новели створюють нові передумови для подальших дослідження як окремих ознак зобов'язань, так і поняття в цілому.

Перелік посилань

1. Гладкий С. О. Римське приватне право : навч.-мето. посіб. Полтава : ПУЕТ, 2016. 251 с.
2. Карабань Я. А. Поняття зобов'язання за цивільним правом України. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечника. Правознавство*. Донецьк, 2013. № 1(18). С. 22-29.
3. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Дата оновлення: 28.10.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 04.11.2021).
4. Сібільов М. М. Договірне зобов'язання та його виконання. *Вісник Академії правових наук України. Право*. Харків, 2003. №2-3 (33-34). С. 414-424.
5. Голубєва Н. Ю. Співвідношення понять «зобов'язання» та «обов'язок». *Науковий вісник Ужгородського університету. Право*. Ужгород, 2012. № 18. С. 76-79.
6. Ромась М. І. Поняття та ознаки цивільних зобов'язань за участю держави Україна. *Підприємництво, господарство і право. Цивільне право і процес*. Київ, 2020. № 1. С. 21-26.
7. Терещук Г. А. Цивільне право : конспект лекцій. Луцьк : ЛНТУ, 2017. 267 с.

Приходько Т. О., здобувачка вищої освіти, групи АЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», taniaprikhodko@ukr.net
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

СПЕЦІАЛІЗОВАНІ СУДИ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Реформування вітчизняної судової системи вимагає використання зарубіжного досвіду. На жаль, сьогодні зарубіжний досвід судових систем країн Європи в нашій державі фактично не використано. Або ж якщо навіть і використовується, то береться до уваги досвід держав романо-германської правової системи, насамперед Франції та Німеччини. В свою чергу повністю ігнорується досвід держав англосаксонської правової системи, що на нашу думку є значним недоліком, оскільки для прикладу понад 20 років тому у Великобританії була запущена програма із реформування системи державного управління, в тому числі й системи судів [1, с. 120]. В результаті було сформовано оновлену судову систему, особливе місце в якій посідають спеціалізовані суди.

На сьогодні в Україні сформована система спеціалізованих судів, але функціонує нещодавно, тому використання побудови системи спеціалізованих судів Великобританії є дійсно важливим для України. Варто зазначити, що в судовій системі Англії налічується чимало видів спеціальних судів: церковний, військовий, транспортний, земельний, суд флотів, адміністративний, суд коронерів і суд по квартирній платі та багато інших [2, с. 170]. Тому, закономірно, що Британію називають державою спеціалізованих судів.

Безумовно, дослідити правовий статус кожного із вищезазначених судів є недоцільним особливо в рамках даного дослідження, а тому важливо дослідити ті суди, які можна було б утворити і в Україні.

Серед вищезазначених спеціалізованих судів для України буде найбільш доречним використання військових судів. Хоча в 2009 році вони були ліквідовані, але сучасні реалії життя вимагають їх відновлення, оскільки збройна агресія на Донбасі призводить до вчинення великої кількості військових злочинів.

Варто зазначити, що військові суди у Великобританії здійснюють правосуддя у Збройних Силах Великої Британії. Розглядають справи щодо серйозних порушень військового права. Однак справи щодо навмисного вбивства, зради та згвалтування, вчинені в межах Сполученого Королівства, розглядаються судами звичайної юрисдикції. Військовий апеляційний суд розглядає апеляції на рішення судів першої інстанції. Скарги на рішення Військового апеляційного суду можуть подаватися до Суду Палати лордів [3, с. 307].

Отже, в результаті даного дослідження ми дійшли висновку, що в судовій системі Великобританії функціонує велика кількість спеціалізованих судів. Основними із спеціалізованих судів Великобританії є адміністративні, церковні, лицарські, військові суди, суди з питань трудових відносин (промислові суди) та інші.

Перелік посилань

1. Молдован В. В. Судоустрій: Україна, Велика Британія, Російська Федерація, США, ФРН, Франція. Судові органи ООН. Навч. посіб. [Текст] / В. В. Молдован. – К.: Кондор, 2006. – 256 с.
2. Адміністративне право зарубіжних країн: курс лекцій / за ред. О. В. Кузьменко [Текст]. – К.: Юрінком Інтер, 2014. – 528 с.
3. Конституційне (державне) право зарубіжних країн: Навч. посіб. / за ред. В. М. Бесчастного [Текст]. – К.: Знання, 2008. – 384 с.

Ричик А. О., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-191 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», rychukalyona2@gmail.com
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Одним із найбільш дискусійних і водночас важливих напрямів у податковій сфері є реформування спрощеної системи оподаткування, існування якої є важливою умовою функціонування економіки України. Саме через важливість впливу малого бізнесу на розвиток економічних процесів у державі було створено спрощену систему оподаткування, основне завдання якої полягає в забезпеченні сприятливого бізнес-середовища в Україні.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності є особливим механізмом стягнення податків і зборів, який встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку у порядку та на умовах, визначених у главі 1 Розділ XIV ПКУ з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності. Юридична особа або фізична особа-підприємець може самостійно обирати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам та зареєстрована як платник єдиного податку [1].

Як відомо, особливості застосування спрощеної системи оподаткування закріплені в Податковому кодексі України. Ця система була спрямована на створення відповідної нормативної бази для розвитку підприємницької діяльності з урахуванням змін у законодавстві та об'єктивних тенденцій розвитку економіки держави [2, с. 303].

Все більше уваги приділяється проблемі використання спрощеної системи як інструмента мінімізації податків та єдиного соціального внеску для роботодавців. Проводяться дослідження та порівняння «вартості» працівника за умови використання спрощеної та загальної системи [3, с.198]. Однак застосування підприємством спрощеної системи оподаткування має певні переваги та недоліки як для підприємства, так і для функціонування економіки держави в цілому.

Основними перевагами спрощеної системи оподаткування є: зменшення кількості сплачених податків і зборів, спрощення ведення документального обліку та податкової звітності, відсутність потреби додаткових знань в галузі оподаткування, тощо. Простота та зрозумілість – основні ознаки спрощеної системи оподаткування, завдяки чому чисельність фізичних осіб, які працюють за цією системою, з кожним роком збільшується.

Використання спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності позитивно впливає на процес розвитку суб'єктів малого підприємництва. На сьогодні зроблено значні кроки у напрямку реформування та побудови ефективної спрощеної системи оподаткування, зокрема, головною перевагою спрощеної системи оподаткування є спеціальний порядок обліку, який звільняє суб'єктів господарювання від сплати багатьох податків, зборів та внесків до фондів соціального страхування, дає можливість знизити трудомісткість обліково-аналітичних процедур, дозволяє зменшити ризик податкових помилок та відповідних штрафних санкцій. Також спрощується система адміністрування для суб'єктів господарювання й відповідно зменшується небезпека можливого порушення правил. До переваг можна віднести і те, що єдиний податок, який сплачується при спрощеній системі оподаткування, відноситься до місцевих і органи місцевого самоврядування можуть самостійно встановлювати ставки з цього податку. Відповідно різні платники єдиного податку у різних містах можуть мати різні податкові зобов'язання, що допомагає визначити особливості територіальних громад та урахувати потреби споживачів суспільних послуг [4, с. 330].

Безумовними перевагами спрощеної системи оподаткування є: спрощена процедура і порядок реєстрації платника податку; можливість переходу на сплату єдиного податку з початку будь-якого кварталу; простота нарахування єдиного податку; спрощене ведення обліку, розрахунків, пов'язаних із визначенням сум податків та відносно спрощення заповнення звітності, в тому числі з урахуванням Положень бухгалтерського обліку; збільшення власних оборотних коштів платників за рахунок зменшення сум платежів за податками й зборами наявність вибору, щодо сплати ПДВ [5, с. 244].

До недоліків спрощеної системи оподаткування варто віднести:

1) обмеження обсягів виручки суб'єктів малого бізнесу, які дають право використовувати спрощену систему оподаткування;

2) сплачення сум єдиного податку фізичної особи – платника податку авансом за звітний період (квартал); при цьому не враховують, чи буде фактично отримано дохід від здійснення такої діяльності за звітний період.

Варто зазначити, що одним із недоліків даної системи оподаткування є те, що розмір податку для I та II категорій платників не залежить від результатів діяльності, на відміну від загальної системи оподаткування, де базою оподаткування є чистий дохід, тобто має місце застосування єдиних податкових ставок для всіх категорій платників, незалежно від обсягів виручки за звітний період. Внаслідок цього ставка податку не змінюється, навіть якщо діяльність є збитковою, що з урахуванням періодичних політичних та соціально-економічних криз в Україні сприяє погіршенню фінансового стану малих та середніх підприємств [6, с. 370]. Отже, можна стверджувати, що разом з перевагами існує багато недоліків, усунення яких дасть змогу покращити ефективність спрощеної системи оподаткування.

Враховуючи особливості, переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування, варто виділити такі проблеми у цій сфері оподаткування, а саме: невідповідність нормативно-правової бази оподаткування, недосконалість механізму обчислення та стягнення єдиного податку, адже він по суті не є єдиним – платники сплачують і інші платежі (ПДВ, ЄСВ тощо), неможливість використання спрощених процедур суб'єктами, які трохи перевищують обсяг діяльності, відсутність інтересу суб'єкта малого бізнесу до переходу на спрощену систему оподаткування.

Для вирішення цих проблем доцільно розробити інструменти стимулювання розвитку малого підприємництва та інвестування інноваційної і експортної спроможності, зменшити податкове навантаження, удосконалити антикорупційне законодавство, розробити заходи, які

стимулюватимуть кредитування та інвестування у мале підприємництво, удосконалити нормативно-правову базу системи оподаткування, включити до складу єдиного податку єдиний соціальний внесок, розширити перелік видів діяльності, для яких не застосовується спрощена система, щоб запобігти схемам мінімізації податкових платежів суб'єктами малого підприємництва [7, с. 119].

Отже, з огляду на вищезазначене можна зробити деякі висновки.

1. Спрощена система оподаткування є запорукою розвитку малого бізнесу в Україні. Після її запровадження з'явилося більше можливостей та мотивації в створенні нових підприємств і розвитку вже існуючих. Виникли тисячі робочих місць, а відповідно від сплати податків працівниками значно збільшилися надходження до бюджетів різних рівнів.

2. За рахунок простоти механізму та можливості мінімізації податкового навантаження, спрощена система оподаткування стає все більш популярною серед підприємців, так як у порівнянні із загальною системою оподаткування вона є більш оптимальною.

3. Спрощена система оподаткування має ряд переваг, проте разом з перевагами існують певні вади, усунення яких покращить розвиток підприємства в Україні.

Перелік посилань

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

2. Пиріжок Є. С., Олійник Л. Г. Переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу: обліковий вимір. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. Вип. 3 (33). 2015. С. 240-258.

3. Крисоватий А. І., Федосов В., Яренко Г. Оподаткування багатства: виклик для України. *Журнал європейської економіки*. 2015. № 2. Т. 14. С. 183-205.

4. Козинець І.Г., Приходько В.О. Доходи місцевих бюджетів в умовах децентралізації в Україні. *Порівняльно-аналітичне право*. 2020. №1. С. 328-331. URL: DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0390/2020.1.81>

5. Козинець І.Г. Кравченко О.В. Спрощена система оподаткування в Україні: переваги та недоліки. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 3. С. 242-245. URL: DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-3/58>

6. Сидоренко Р., Зеленко С. Напрями вдосконалення спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 2(164). С. 366–372.

7. Коба О.В. Шинкар Ю.Л. Порівняльний аналіз загальної та спрощеної системи оподаткування: особливості застосування, проблеми та напрями їх вирішення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 25, Ч.1. С. 116-119.

Ромащенко К. Ю., здобувачка вищої освіти, гр. ПД-201 юридичний факультет

Національний університет «Чернігівська політехніка», katia2020zno@gmail.com

Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач

Національний університет «Чернігівська політехніка», iryua_8067@ukr.net

АДМІНІСТРАТИВНІ СТЯГНЕННЯ В УКРАЇНІ: ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ АДМІНІСТРАТИВНИХ СТЯГНЕНЬ

На сучасному етапі державотворення Україна намагається побудувати незалежну, демократичну, правову державу. Головним та найбільш важливим завданням якої, постає забезпечення прав та свобод людини і громадянина. Однак, найголовнішим фактором для дотримання правопорядку та безпечного життя усього суспільства, виступає усвідомлення кожним громадянином своїх прав та обов'язків, неухильного дотримання норм Конституції України та законів України, не посягати на права, свободи та інтереси особи та в цілому не вчиняти протиправних діянь, більшість з яких є адміністративними проступками. Головним правовим інструментом по усуненню адміністративних правопорушень виступає адміністративна відповідальність та заходи стягнення. Тому, дослідження поняття адміністративного стягнення, його сучасних видів є головною метою даної роботи.

Адміністративна відповідальність реалізується шляхами застосування до правопорушників адміністративних стягнень. У теорії адміністративного права визначенню адміністративного стягнення присвячено велика кількість наукових праць. Зокрема, О. Остапенко наголошує, що адміністративне стягнення – це визначена в законі певна міра покарання у вигляді несприятливих заходів морального, матеріального або ж фізичного характеру, що застосовується до суб'єкта адміністративного правопорушення за його протиправні діяння (дія або бездіяльність) [1, с. 429]. Автор встановлює, що адміністративне стягнення проявляється у моральному, матеріальному та фізичному негативному впливі, оскільки кожне протиправне діяння завдає різної шкоди, залежно від характеру поведінки порушника.

В. Баштанник розуміє під адміністративними стягненнями примусові заходи впливу, що мають місце в адміністративно-правових санкціях та застосовуються уповноваженими державними органами, котрі мають на те право, до фізичних осіб за здійснення адміністративних правопорушень та до юридичних осіб, які порушили нормативно-правові положення з дотриманням чіткої процедури [2, с. 89]. Автор більше уваги приділяє застосуванню примусових заходів впливу до правопорушників, а головною умовою таких заходів, виступають здійснення адміністративних проваджень та прийняття рішення про застосування адміністративного примусу, в чітко встановленому законом порядку та формі.

На думку В. Галуцька адміністративні стягнення – це матеріалізований прояв адміністративної відповідальності, несприятливий правовий наслідок протиправної поведінки особи, яка вчинила адміністративний проступок, у виразі неналежних заходів, фізичного, матеріального та фізичного характеру [3, с. 401]. Досліджуючи дане питання, науковець звертає увагу на негативні наслідки діяння особи, які тягнуть за собою адміністративну відповідальність та застосування до них адміністративних стягнень. Саме тому, узагальнюючи дану категорію, адміністративне стягнення можна визначити як захід адміністративної відповідальності, матеріального, морального чи фізичного характеру, який застосовується уповноваженими державними органами, котрі мають на те право, з метою виховання осіб, які вчинили адміністративні правопорушення та заходи, які попереджують скоєння нових протиправних адміністративних діянь.

Згідно статті 23 КУпАП України адміністративне стягнення є мірою відповідальності, застосовується з метою виховання осіб, які вчиняють адміністративні правопорушення. Також, адміністративні стягнення сприяють запобіганню протиправних діянь не тільки через виховання, а й позбавленням можливістю знову порушити законність в державі.

Отже, дефініція поняття адміністративного стягнення в Кодексі України про адміністративні правопорушення та в дослідних роботах науковців збігається. Адміністративні стягнення мають виховний, попереджувальний та репресивний характер. Адже, результатом їх застосування випливають несприятливі юридичні наслідки у вигляді адміністративної відповідальності (покарання) за порушення суспільних відносин у сфері громадської безпеки та порядку, прав власності та інші.

Розглянувши сутність поняття адміністративних стягнень, потрібно звернути увагу на їхні види, тобто на систему. Звернувшись до статті 24 КУпАП, адже саме в ній, зазначений формалізований розподіл видів адміністративних стягнень, ми побачимо перелік видів адміністративних стягнень, перерахований з урахуванням черговості зростання суворості: 1) попередження; 2) штраф; 3) оплатне вилучення предмета, котрий став знаряддям вчинення або ж безпосереднім об'єктом адміністративного протиправного діяння; 4) конфіскація предметів, які стали знаряддями вчинення або безпосереднім об'єктом адміністративного правопорушення; 5) позбавлення спеціального права, наданого даному громадянину; 5-1) громадські роботи; 6) виправні роботи; 6-1) суспільно корисні роботи; 7) адміністративний арешт; 8) арешт з утриманням на гауптвахті. Також законами України можуть бути передбачені інші види адміністративних стягнень. Зупинимось детально на кожному із видів.

Попередження має виховний характер, не зачіпає майнові та інші права людини, але містить у собі елементи кари. Виноситься завжди у письмовій формі, адже при усній формі, попередження не буде вважатись адміністративним стягненням. Сутністю попередження

виступає роз'яснення винуватцю його протиправних дій та вимагання їх припинення. Завдяки цьому, попередження є продуктивним засобом по боротьбі з адміністративними правопорушеннями та їх профілактики.

Штрафом виступає грошове стягнення, яке поширюється на громадян України і посадових осіб, за вчинення адміністративних правопорушень у випадках та розмірах установленими законом. Зазвичай накладається в судовому або ж адміністративному порядку. Адміністративний штраф повинен бути оплачений не пізніше 15 діб з моменту вручення постанови про накладення стягнення.

Оплатне вилучення предмета стосуються тільки таких предметів, які стали знаряддями вчинення або ж безпосередніми об'єктами адміністративного протиправного діяння. Полягає у примусовому вилученні предмета, за рішенням суду та наступній реалізації з передачею вирученої суми колишньому власникові з відрахуванням витрат по реалізації вилученого предмета [4, с. 145]. Характер даного стягнення доволі складний, тому на практиці його застосовують дуже рідко.

Наступний вид стягнення – це конфіскація предмета, що став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом правопорушення. Даний вид характеризується примусовою безплатною передачею даного предмета, грошей до власності держави. Конфіскація стосується тільки таких речей, котрі прямо пов'язані з проступком і встановлені у законі України. Застосовується тільки за рішенням суду.

Позбавлення спеціального права, наданого певному громадянину. Даний вид стягнень застосовується тільки за грубе порушення певного права чи порушення систематичного порядку користування цим правом. Фактично вилучають у особи відповідний документ, права керування транспортними засобами та правом полювання. Позбавлення спеціального права застосовується виключно судами терміном до трьох років.

Метою громадських робіт є не покарання, а виправлення правопорушника через виховання працею, виконання соціальної роботи (прибирання населених пунктів, допомога пенсіонерам), поваги до інших та формування правосвідомості. Дане стягнення передбачено статтею 30-1 і полягає у виконанні певною особою, яка вчинила адміністративне правопорушення, у вільний від праці або навчання час безоплатних суспільно корисних робіт, перелік яких визначають органи місцевого самоврядування. При цьому ці роботи серед основних стягнень (виправні роботи, адміністративний арешт) визнаються менш м'якими.

Виправними роботами виступають заходи адміністративного стягнення, які об'єднують у собі аспекти матеріального та обмежувального впливу. Застосовуються строком до двох місяців з відбуванням їх за місцем постійної роботи порушника, і з відрахуванням до 20% заробітку до доходів держави. Вони можуть накладатись тільки за рішенням суду. Таке стягнення не застосовується до непрацездатних, військовослужбовців, пенсіонерів за віком, до вагітних.

Суспільно корисні роботи. Відповідно до законодавства України полягають у виконанні особою, яка скоїла адміністративне правопорушення, оплачуваних робіт, вид та перелік об'єктів, на які працюють порушники, визначає певний орган місцевого самоврядування [5, с. 24]. Виконання стягнення покладається на уповноважений орган з питань пробації.

Адміністративний арешт визнається найбільш суворішим з усіх перелічених вище видів адміністративних стягнень. Його застосовують лише у виключних випадках та за окремі види адміністративно протиправних діянь строком до 15 діб. Призначається тільки судом. Особа, яка арештована, може залучатись до виконання фізичних робіт, при цьому заробітну платню їм не виплачують.

Арешт з утриманням на гауптвахті. Даний арешт встановлюється та застосовується тільки у випадках за певні види військових адміністративних правопорушень строком до десяти діб. Однією ефективною складовою даного стягнення є індивідуалізація та диференціація виконання покарання [6, с. 162]. Тобто є права можливість зміни умов тримання військово-засуджених та досягнення позитивних зрушень щодо поведінки особи.

Видворення за межі України, застосовується виключно до іноземців та осіб іноземців, які порушили правила перебування на території України за рішенням суду, у зв'язку з діями, що суперечать інтересам держави, громадського порядку, митного і валютного законодавства. Даний вид стягнень, передбачений у ст. 24 КУпАП та ст. 32 ЗУ «Про правовий статус іноземців».

Проаналізувавши дані види адміністративних стягнень, можна сказати, що всі види гармонійно взаємопов'язані між собою. Тому що, їх в першу чергу поєднує спільна мета – це виховання порушників, які вчинили адміністративні протиправні діяння та захист правопорядку. Адміністративні стягнення спонукають порушника сформулювати правомірну поведінку, через виховний вплив, сприяють попередженню вчинення наступних правопорушень і покращують правопорядок в Україні. Також, потрібно розуміти, що стягнення не мають на меті приниження людської гідності та інтересів, а тільки здійснюють профілактичний та попереджувальний вплив.

Перелік посилань

1. Адміністративне право України (загальна частина): навчальний посібник / О. І. Остапенко, М. В. Ковалів, С. С. Єсімов, Л. С. Гулак., Н. Я. Отчак, Л. О. Остапенко. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2019. 504 с.
2. Баштанник В. В. Адміністративне право: навч. посіб. / В. В. Баштанник, І. Д. Шумляєва, 2-е вид., переробл. І доповн. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2018. 200 с.
3. Адміністративне право України. Повний курс: підручник / за ред. В. Галуцька, О. Правоторової. Видання третє. Київ: Академія адміністративно-правових наук, 2020. 466 с.
4. Шестак Л. В., Веремієнко С. В. До оплати про доцільність застосування оплатного вилучення предмета, який став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом адміністративного правопорушення. *Право і суспільство*. 2017. № 6. С. 144-148.
5. Богатирьова О. І. Відповідальність за ухилення від відбування суспільно-корисних робіт у розрізі адміністративного та кримінального законодавства. *Публічне право*. 2018. № 3. С. 24-30.
6. Ніколаєнко Т. Б. Особливості забезпечення нормативно-правового регулювання диференційованих умов тримання засуджених військовослужбовців на гауптвахті. *Правова держава*. 2017. № 25. С. 160-166.

**Ромашенко К. Ю., здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня,**

Національний університет «Чернігівська Політехніка», katia2020zno@gmail.com

Науковий керівник: Головко М. Б., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська Політехніка», golovcko.m@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ

У сучасних умовах реформування правоохоронних органів професійна комунікація працівників Національної поліції України виступає обов'язковою умовою виконання покладених завдань із підтримання громадського порядку, публічної безпеки, протидії делінквентній поведінці, забезпечення охорони прав та свобод людини і громадянина. Спілкування виступає головною умовою діяльності поліцейського, воно дає змогу ширше розпізнати співрозмовника, виявити ті чи інші вербальні та невербальні сигнали, швидко вирішувати конфліктні ситуації і запобігати словесно-психологічному насильству та на основі цього знаходити підхід до окремих категорій громадян у спілкуванні. При цьому поліцейський повинен дотримуватись принципів, на яких базується його діяльність, а саме: верховенства права, дотримання прав та свобод людини, законності, відкритості, партнерської взаємодії з громадянами. Працівник поліції у відносинах з громадянами повинен пам'ятати, що відповідно до Конституції України найвищою соціальною цінністю в нашій державі визнаються, насамперед, людина, її життя, здоров'я, честь, гідність, недоторканність та безпека. Професійне спілкування є не лише зовнішнім елементом діяльності поліцейського, але й віддзеркалює рівень культури та ступінь моральної вихованості правоохоронця, адже довіра населення до поліцейських виступає основоположною ціллю реформування правоохоронних органів.

Великий тлумачний словник української мови надає тлумачення спілкування як підтримання взаємних стосунків; діловий або дружній зв'язок між особистостями; розуміння один одного; порозуміння [1, с. 1368].

На думку Т. В. Крашеніннікової, спілкування – це складний та багатогранний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, яке включає в себе сприйняття і розуміння однією людиною іншої людини, а також взаємодію між ними [2, с. 52].

Щодо професійного спілкування, то, як зазначає О. Є. Туринська, спілкування поліцейських виступає головним і основоположним елементом їх діяльності, в процесі якого здійснюється організація і тактика взаємовідносин з громадянами, яка має на меті профілактичну та превентивну діяльність (попередження, припинення, розкриття та розслідування правопорушень) [3, с. 488]. Таке спілкування, з огляду на його потенційну конфліктогенність, має певну психологічну специфіку, у зв'язку з чим поліцейський повинен уміти здійснювати психологічний вплив на осіб з ознаками девіантної поведінки, спонукати їх до спокійної комунікації, уникати конфліктів та у разі необхідності надавати психологічну допомогу.

На думку Л. М. Дунець та А. П. Павліченко, під професійним спілкуванням працівників поліції розуміють різновид спеціально-організованої взаємодії між людьми (керівників підлеглих, поліцейських і правопорушників), змістом даної взаємодії виступає пізнання, обмін конкретною інформацією, вплив учасників комунікативного зв'язку одне на одного, на меті якого є вирішення правоохоронних завдань [4, с. 5].

Отже, особливості професійного спілкування поліцейського, характеризуються умінням володіти всіма інструментами професійної комунікації, а саме: манерою спілкування, культурою мовлення та культурою зовнішнього вигляду, професійної етики та етикету, комунікативними навичками. Працівник поліції повинен неухильно дотримуватись Конституції України, законів та підзаконних актів, виконувати свої повноваження за принципами поліцейської діяльності, адже довіра населення до органів поліції, за останніми показниками знижується до низького рівня. Тому працівники правоохоронних органів повинні додержуватись певних стандартів, не забувати, що вони взаємодіють з населенням на засадах партнерства, оскільки зокрема від ефективності комунікації залежить суспільна думка про Національну поліцію. Дуже важливо, що працівники поліції проявляв доброзичливість, співчуття, ввічливість, повагу до населення, демонстрував досконале знання законів та своїх обов'язків.

З огляду на викладене видається за можливе визначити професійне спілкування поліцейського як різновид спеціально організованої взаємодії людей, змістом якої є пізнання, обмін інформацією та вплив учасників комунікації з метою вирішення завдань правоохоронної діяльності.

Перелік посилань

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2005. – 1728 с.

2. Крашеніннікова, Т.В. Комунікативна компетенція працівника Національної поліції: навч. посіб. [Текст] / Т. В. Крашеніннікова. – Дніпро: Адверта, 2017. – 107 с.

3. Туринська, О. Є. Психологічні особливості професійного спілкування працівників правоохоронних органів [Текст] / О. Є. Туринська // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2012. – № 2 (2). – С. 480-490.

4. Дунець, Л. М., Павліченко, А. П. Особливості професійного спілкування майбутніх працівників поліції [Текст] / Л. М. Дунець, А. П. Павліченко // Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – 2019. – Том I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Вип. 54. – С. 3-8.

Рудник Р. В., здобувачка вищої освіти, групи ЦГЮ-211,
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО

На розвиток демократичної країни безпосередньо впливає громадянське суспільство, тому дуже важливо вживати заходів для сприяння його формування та подальшому розвитку. У цьому контексті дуже важливо зрозуміти саму концепцію громадянського суспільства, ідеї якого виникли ще в давнину, але досі існують суперечки щодо його сутності.

Неповнота наукової дискусії щодо концепції громадянського суспільства спричинила нестабільність та багато запитань без відповідей сучасного законодавства. Тому необхідно сформулювати нормативне визначення громадянського суспільства та простежити його еволюцію в правовій доктрині. Тому дослідження, присвячені цій проблемі, мають теоретичне та практичне значення [1, с. 18].

Досліджуючи походження поняття громадянського суспільства, можна побачити, що його коріння сягають дуже глибоко, формувалось протягом тривалого історичного періоду, викристалізовуючись із архаїчних інститутів, які з розвитком пристосовувались до потреб суспільства, яке мало тенденцію до ускладнення. Вперше термін громадянське суспільство був ужитий Аристотелем, який так називав спільноти вільних та рівних громадян, пов'язаних між собою певною формою політичного устрою (держава-поліс) [2, с. 7].

Томас Гоббс використовував термін «громадянське суспільство», хоча й непослідовно. З одного боку, він вважає, що громадянське суспільство не підпорядковане цивільному праву, звичаям і законам, що наче відокремлення від громадянського суспільства. З іншого боку, він вважає, що держава, як Левіафан у Біблії, перемагає все, і через поняття «громадянське суспільство» показує, що воно підпорядковане державі.

К. Маркс вказував на обмеженість Гегелівської концепції взаємин громадянського суспільства і держави. У суперечці з Гегелем він не виступав проти держави і громадянського суспільства, але вважав, що державна влада не повинна нав'язувати останньому свою волю. При здійсненні своїх повноважень і функцій держава повинна спиратися на потреби та інтереси громадянського суспільства, раціонально їх виражати і захищати, шукати варіанти примирення, долати виникаючі протиріччя. Марксистки розглядають відносини між державою і громадянським суспільством як відносини між публічною владою і свободою особистості.

Відокремлення громадянського суспільства від держави відбувається в процесі ліквідації класової нерівності та денаціоналізації суспільних відносин. Початком цього процесу є формування представницької держави, яка представляє весь народ.

Основними передумовами формування громадянського суспільства є:

- на основі надання прав і свобод народу приймати закони щодо закріплення юридичної рівності людей;
- свобода осіб є економічною основою громадянського суспільства завдяки наявності матеріального добробуту, свободи підприємництва та приватної власності;
- створення механізму саморегулювання та саморозвитку для формування недержавного поля відносин вільних індивідів, які мають можливість і реальну можливість реалізувати свої природні права [3, 153].

У загальнотеоретичній юриспруденції питанню громадянського суспільства приділено значну увагу. Його представники вважають громадянське суспільство особливим автономним соціальним полем, незалежним від держави, яке передбачає створення та діяльність добровільних та автономних інститутів для сприяння вільному розвитку та самореалізації громадян, формування концепцій спільних інтересів та громадського контролю над усіма публічними сферами життя [4, с. 313].

На думку О. Ф. Скакун, громадянське суспільство – це інтерактивна система взаємодії громадян та їх об'єднань, які є вільними і рівними в межах закону, добровільно утвореними та у відносинах конкуренції та солідарності, без прямого втручання держави, що створює умови їхньої діяльності. Вчена наголошувала, що громадянським суспільством не можна назвати будь-яке суспільство, а лише суспільство з розвиненими економічними, культурними, правовими та політичними відносинами між його членами, незалежне від держави, але в ту ж чергу, яке взаємодіє з державою [5, с. 60].

Теорія громадянського суспільства тісно пов'язана з «поглядом на природні права» людей, і закономірно висуває ідею «соціальної єдності» як нову політологічну парадигму, згідно з якою країна втратила ауру. «природних прав». Ця думка ознаменувала появу нової моделі відносин між «людина-держава» і «держава-суспільство». Відтоді «людина-держава» і «держава-суспільство» почали розглядатися як громадське суспільство, що у порівнянні з державою має свої інтереси і сферу інтересів.

Цінності громадянського суспільства ґрунтуються на ліберальному світогляді, відповідно до якого місія країни – захист свободи та власності громадян. Громадянське життя за лібералізмом не повністю охоплено державною відповідальністю, а офіційна роль держави, яка тут знаходить свою легітимність, призводить до того, що громадянська думка знаходиться в ієрархії цінностей. Правовий світогляд стає вищим за державний. Монтеск'є одним із перших оголосив таку думку [6, с. 329].

Громадянське суспільство має стати джерелом, ресурсом і індикатором демократії, законності, соціальної держави. Його стандарти розробки:

- економічні, тобто наявність різних форм власності, стійке існування вільних власників виробничих матеріалів, свобода вибору видів діяльності, економічна самореалізація громадян;
- політичність, доступність та реальна ефективність форм, методів, технологій та механізмів взаємодії органів влади та громадян на всіх рівнях: органів державної влади та місцевого самоврядування;
- соціально-культурні: незалежні медіа, нематеріальні, духовні та культурні продукти, наявність громадянської культури серед політиків та громадян тощо.

Сьогодні в Україні низький рівень впровадження високотехнологічних технологій, відсутність інноваційної інфраструктури, слабка інноваційна діяльність, в Україні немає регіону, який можна було б визначити як високотехнологічний. Інтелект і знання – це ресурси, які наша країна використовує неефективно, і на них немає попиту. У цьому напрямку українське суспільство значно відстає від моделі інформаційного суспільства чи суспільства знань європейських країн.

Україна все ще шукає власну модель економічного розвитку та розвиває систему ринкової економіки, яка найкраще відповідає її історії. Світовий досвід свідчить, що кожна країна матиме власну економічну та політичну систему, яка максимально відповідає її історичним умовам та особливостям, національного менталітету. З огляду на те, що менталітет більшості українців формувався за тоталітарної системи, визначеної Радянським Союзом у минулому, коли думки громадян десятиліттями пригнічували роль господаря, цей процес непростий, і ми будемо ще тривалий час долати ці труднощі [7, с. 163-164].

Таким чином, ми розуміємо, що без інститутів громадянського суспільства ефективна діяльність держави неможлива. Як основна складова громадянського суспільства держава має існувати для забезпечення прав і свобод людини. Суспільство можна назвати громадянським суспільством, якщо воно має такі характеристики: демократизм і плюралізм, наявність взаємовідносин без втручання органів державної влади, незалежність, політична нейтральність, прагнення до певних цілей, єдність законних інтересів.

Перелік посилань

1. Будяк, Ю. В. Сутність поняття «громадянське суспільство» [Текст] / Ю. В. Будяк // Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА». – 2020. - № 99. – С. 18-25.

2. Козинець, О. Г. Громадянське суспільство: історія та сучасність [Текст] / О. Г. Козинець // Роль та місце правової держави у формуванні та розвитку громадянського суспільства: Збірник матеріалів круглого столу / за редакцією канд. істор. наук Козинець О. Г. – Чернівці: КП „Видавництво „Чернігівські обереги”, 2007. – С. 6-11.
3. Богомолова, К. С., Подольська, О. В., Краля, В. Г. Громадянське суспільство та його формування в сучасних умовах [Текст] / К. С. Богомолова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. – 2018 - № 193. – С. 157-166.
4. Теорія держави і права: підручник [Текст] / за ред. О. В. Петришина. – Х. Право, 2014. – 368 с.
5. Скакун, О. Ф. Теорія держави і права: підручник [Текст] / О. Ф. Скакун. – Харків, 2009. – 676 с.
6. Слободянюк, М. Правова держава і громадянське суспільство [Текст] / М. Слободянюк // Актуальні проблеми суспільно-політичних наук : збірник матеріалів наукової конференції. упоряд.: О. І. Яременко, С. А. Лапшин. – Вінниця, 2018. – С. 328-336.
7. Шаульська, Г. Громадянське суспільство в умовах реформування країни [Текст] / Г. Шаульська // Наукові записки Інституту законодавства Верховної ради України. – 2018. - № 5. – С. 162-169.

Сергієнко К. В., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-202 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», ksergienko143@gmail.com

Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

ЧИННІСТЬ В УКРАЇНІ МІЖНАРОДНИХ АКТІВ ПРО СТАТУС БІЖЕНЦІВ

Формування єдиної міжнародної міграційної політики та розвиток національних законодавчих органів у сфері захисту прав біженців у сучасному світі є одним із першочергових завдань у міжнародному просторі. Ця проблема викликана порушенням прав людини, війнами, нестабільною економічною ситуацією в ряді країн світу, що, у свою чергу, стало причиною пошуку притулку тисячами людей.

Україна разом із країнами Європейського Союзу бере участь у міжнародному співробітництві з питань міграційних процесів. У 2002 р. Україна приєдналася до Конвенції 1951 р. про статус біженців, а також до Протоколу 1967 р., з тих пір розроблено відповідну національну законодавчу базу. Закон України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» (далі – Закон України) дає визначення поняття «біженець» – це особа, яка не є громадянином України та через виправдані побоювання стала жертвою переслідування за расою, вірою, національністю, громадянством, належністю до певної соціальної групи чи політичними переконаннями, перебуває за межами країни свого громадянства і не може користуватися захистом цієї країни, або не бажає скористатися цим захистом у результаті таких побоювань, або, не маючи громадянства і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може або не хоче повернутися до неї внаслідок цих страхів [1].

На міжнародному рівні порядок і умови статусу біженців та притулку здобули закріплення у таких документах, наприклад, як Угода між Урядом України та Управлінням Верховного Комісара ООН. Враховуючи, що в Статуті Управління Верховного Комісара ООН у справах біженців, затвердженому Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй, в її резолюції 428 (V) від 14 грудня 1950 року передбачається, зокрема, що Верховний Комісар, діючи під керівництвом Генеральної Асамблеї, бере на себе обов'язки щодо надання міжнародного захисту під егідою Організації Об'єднаних Націй тим біженцям, які підпадають під дію Статуту, та пошуків остаточного розв'язання проблеми біженців шляхом сприяння урядам і, за згодою відповідних урядів, неурядовим організаціям для полегшення добровільної репатріації таких біженців або їх асиміляції в нових країнах, ця Угода містить основні умови,

на яких УВКБ в рамках свого мандата співпрацює з Урядом, відкриває Представництво в країні і здійснює свої функції щодо надання міжнародного захисту та гуманітарної допомоги біженцям та іншим особам, які належать до його компетенції в країні перебування [2].

Нещодавно відзначалася 70-та річниця Конвенції про статус біженців 1951 року – ключового міжнародного договору [3]. УВКБ ООН, Агентство ООН у справах біженців, заявляє, що цей документ за своїм духом та основними принципами є актуальним сьогодні, як ніколи. Конвенція продовжує захищати права біженців по всьому світу. Завдяки Конвенції врятовано мільйони життів. Сімдесят років минуло відтоді, як документ був складений, отож важливо, щоб міжнародне співтовариство захищало його принципи.

Є деякі тривоги з приводу нещодавніх спроб деяких урядів знехтувати чи обійти принципи Конвенції, починаючи від видворення та недопуску біженців і шукачів притулку на сухопутних та морських кордонах, до пропозицій щодо примусової передачі їх у треті держави без належних гарантій безпеки.

Говорячи про 70 років до дня, коли Конвенція 1951 року про статус біженців була представлена державам для підписання, Філіппо Гранді сказав, що цей договір є вирішальною складовою міжнародного права в галузі прав людини і залишається таким же актуальним зараз, як і тоді, коли він був розроблений та погоджений [4].

Мова Конвенції чітко артикулює права біженців і залишається застосовною в контексті сучасних та безпрецедентних викликів і надзвичайних ситуацій, таких як пандемія COVID-19.

Також в Україні чинним документом є Протокол щодо статусу біженців 1967 року [5]. Держави-учасниці цього Протоколу зобов'язуються співпрацювати з Управлінням Верховного комісара Організації Об'єднаних Націй у справах біженців або з будь-якою іншою установою Організації Об'єднаних Націй, до якої може перейти виконання його обов'язків і, зокрема, сприяти виконанню його обов'язків щодо контролю за застосуванням положень цього Протоколу.

Крім Загальної декларації прав людини 1948 р., Конвенції про біженців 1951 р., Нью-Йоркського протоколу про статус біженців 1967 р., серед міжнародних договорів, що регулюють права біженців, Європейська угода 1980 р. про передачу відповідальності за біженців, Женевська конвенція 1949 р., Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 р., Шенгенська угода 1995 р., Дублінська конвенція 1990 р.

Згідно зі звітами Європейського офісу підтримки притулку (EASO), на сучасному етапі законодавчі підходи країн-членів до регулювання статусу біженця є досить різними. Це характеризується як негативне явище, яке, з одного боку, не відповідає ідеї спільної європейської системи притулку щодо забезпечення рівного ставлення до шукачів притулку та біженців у всіх державах-членах, з іншого боку, сприяє до такого явища, як «покупка притулку». У зв'язку з цим уніфікація національного законодавства через нормативні акти ЄС є важливою для забезпечення рівного визнання статусу біженця в державах-членах ЄС [6, с. 121-122].

Одним із кроків до вирішення міграційних проблем в Україні стало прийняття за участю багатьох партнерів Багаторічної стратегії захисту та пошуку рішень, у якій сформульовані плани діяльності Управління Верховного комісара ООН у справах біженців в Україні на п'ятирічний період – з 2018 р. по 2022 р. Стратегія спрямована на забезпечення захисту та довготривалих рішень для внутрішньо переміщених осіб, біженців та осіб без громадянства на всій території країни (постійний моніторинг ситуації та забезпечення правових допомога з метою забезпечення належного захисту осіб, які перебувають під опікою УВКБ ООН, забезпечення основних потреб найбільш уразливих біженців та шукачів притулку).

18 грудня 2018 року держави-члени Генеральної Асамблеї ООН ухвалили нову міжнародну угоду – відому як Глобальний договір про біженців – яка трансформує відповідь світу на масове переселення та кризу біженців, з якої користь матимуть як біженці, так і громади, що їх приймають [7]. Цей документ покликаний допомогти країнам з низьким ВВП, що приймають велику кількість мігрантів. Країни-підписанти будуть надавати їм фінансову та інші види допомоги. Також документ передбачає спрощення доступу біженців до ринку праці, системи освіти та охорони здоров'я. І Конвенція про статус біженців 1951 року, і нещодавній

Глобальний договір про біженців вимагають міжнародної співпраці з метою пошуку ряду рішень для біженців. Виникає необхідність дотримання міжнародним співтовариством ключових принципів захисту біженців, викладених у Конвенції, включаючи право того, хто втікає від переслідування, не бути повернутим на шлях шкоди чи небезпеки. Нажаль наша держава не приєдналася до цієї угоди, з огляду на те, що в результаті агресії північного сусіда, понад 1,5 млн власних громадян стали вимушеними переселенцями, було прийнято рішення поки утриматися від підписання Глобального договору та розглянути можливість приєднатися до нього на іншому етапі за більш сприятливих умов [8].

Отже, одним із актуальних питань сьогодення залишається питання міграційної політики та розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав біженців. Незважаючи на значний законодавчий обсяг урегулювання міжнародного рівня, рівня ЄС та рівня окремих країн, залишаються питання щодо забезпечення та реалізації прав біженців. Цьому сприяють значні порушення прав людини в окремих державах, військово-політична нестабільність тощо.

Перелік посилань

1. Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту: Закон України від 08.07.2011 № 3671-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3671-17#Text> (дата звернення: 30.11.2021 р.)
2. Резолюція 428 (V) Генеральної Асамблеї ООН «Статут управління Верховного Комісара Організації Об'єднаних Націй зі справ біженців». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_277#Text (дата звернення: 30.11.2021 р.)
3. Конвенція про статус біженців (укр/рос). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_011#Text (дата звернення: 30.11.2021 р.)
4. Конвенція про статус біженців 1951 року: 70 років життєво необхідного захисту вимушено переміщених осіб. URL: <https://www.unhcr.org/ua/36235-конвенція-про-статус-біженців-1951-року-70-р.html> (дата звернення: 7.12.2021).
5. Протокол щодо статусу біженців (укр/рос). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_363#Text (дата звернення: 10.12.2021 р.)
6. Біженці та шукачі притулку в Україні: Тематичний огляд UNHCR, the UN Refugee Agency. Червень, 2019. URL: <https://www.unhcr.org/> (дата звернення: 30.11.2021 р.)
7. Глобальний договір щодо біженців. URL: <https://www.unhcr.org/ua/wp-content/uploads/sites/38/2018/09/Глобальний-договір-щодо-біженців.-Коротка-довідка-від-Агенства-ООН-у-справах-біженців..pdf> (дата звернення: 5.12.2021 р.)
8. Спільний коментар МЗС України і ДМС України у зв'язку із проведенням Конференції ООН для прийняття Глобальної угоди про безпечну, впорядковану та законну міграцію (10-11 грудня 2018 р., м. Марракеш, Марокко) / МЗС України. 10 грудня. <https://mfa.gov.ua/ua/presscenter/news/69299-spilnyj-komentar-mzs-ukrajini-i-derzhavnojimigracijnojisluzhbi-ukrajini-u-zvjazku-iz-provedennyam-konferenciji-oon-dlyaprijnyattya-globalnoji-ugodi-pro-bezpechnu-vporyadkovanu-ta-zakonnumigraciju-10-11-grudnya-2018-r-m-marrakesh-marokko> (дата звернення: 10.12.2021 р.)

Ситник А. О., здобувачка вищої освіти 4 курсу, група УП-181
Національний університет «Чернігівська політехніка», alyonasitnik0@gmail.com
Науковий керівник: Кичко І. І., д-р екон. наук, професор
Національний університет «Чернігівська політехніка», ira41215@ukr.net

МІНІМІЗАЦІЯ ШКІДЛИВИХ ЧИННИКІВ УМОВ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Умови праці доцільно вважати важливим фактором, що впливає на працездатність робітника під час виконання виробничих завдань. Покращення умов праці значною мірою визначає продуктивність праці як конкретного працівника, так і всього колективу в цілому. Виконання будь-якої роботи протягом тривалого часу призводить до стомлення організму, проявляється в зниженні працездатності людини.

Якщо дивитися в більш широкому значенні слова, то умови праці охоплюють питання стану робочого обладнання, якості матеріалів, наявності всіх інструментів на робочому місці, можливість усунення впливу шкідливих факторів виробництва на організм. Шкідливий виробничий фактор, тобто фактор, вплив якого на працюючого в певних умовах призводить до захворювання або зниження працездатності. Завданням керівників підприємств при цьому є мінімізація шкідливих чинників на підприємстві.

Враховуючи досягнення науково – технічного прогресу можливості автоматизації та цифровізації виробничих процесів людина поступово звільняється від тяжких умов праці, на заміну людині приходять такі машино – роботи, які виконують роботу що запрограмована людиною. Зазначені технологічні досягнення покращують умови праці, зменшують рівень важкої фізичної праці, але зумовлюють ризики, вивільнення працівників та збільшення галузевого та структурного безробіття.

Відповідно до рекомендацій МОП виділяють такі основні чинники умов праці, що впливають на працездатність самої людини як: фізичне зусилля (до цього фактору відносяться такі зусилля, наприклад, переносити не підйомний для людини вантаж в інше місце); нервово напруження (складність розрахунків; особливі вимоги до якості продукції, складність управління механізмом, апаратом, приладдям; небезпека для життя і здоров'я людей під час виконання робіт; особлива точність виконання); робоча зона (цей фактор означає, що зона для праці повинна відповідати всім вимогам оснащення, зона для відпочинку, новітнє приладдя); монотонність роботи (до цього фактору підходить робота на конвеєрі, адже там монотонна робота, завжди повторюваність рухів); вологість в приміщенні, температура; забруднення повітря (завжди треба провітрювати кімнату для роботи, щоб працівнику легше було дихати); освітлення в робочій зоні; шум, вібрація.

Автоматизація, механізація та роботизація дає можливість мінімізувати практично всі чинники шкідливих умов праці. Практично зникають або зводяться до мінімуму шкідливість умов праці пов'язаних із фізичними зусиллями, монотонністю виконуваних операцій, освітлення на робочому місці тощо.

Якщо ж шкідливий рівень умов праці все ж високий та не має можливості замінити ручну працю, то працівники безоплатно забезпечуються лікувально-профілактичним харчуванням, молоком або рівноцінними харчовими продуктами, газованою водою, мають право на оплачувані перерви санітарно-оздоровчого призначення, скорочення тривалості робочого часу, додаткову оплачувану відпустку, пільгову пенсію, оплату праці у підвищеному розмірі та інші пільги і компенсації, що надаються в порядку, визначеному законодавством.

Для мінімізації впливу шкідливих умов праці запропоновано:

1. Забезпечити працівників засобами індивідуального захисту за рахунок підприємства(медичними масками чи респіраторами, рукавичками які захистять працівників від шкідливих чинників).

2. Диверсифікувати види страхових випадків пов'язані зі шкідливими умовами праці та збільшити суму страхового відшкодування у процесі медичного страхування у разі небезпеки на підприємстві.

3. Удосконалити систему компенсацій, виплат, надбавок до заробітної плати, пов'язаних зі шкідливими умовами праці.

4. Проводити інструктаж для робітників на підприємстві.

5. Знизити та усунути запиленості та загазованості повітря у виробничих приміщеннях.

6. Знизити інтенсивність шуму, вібрації тощо.

Створення сприятливих умов праці на виробництві, які б забезпечили високу працездатність і збереження здоров'я людини, є основним завданням управління. Підсумовуючи усе вищесказане можна вважати, що умови праці - це складне об'єктивне суспільне явище, що формується в процесі праці під впливом взаємопов'язаних чинників соціально-економічного, техніко-організаційного та природно-природного характеру і впливає на здоров'я, працездатність людини. Якщо дотримуватись вище сказаного алгоритму дій, то можна мінімізувати шкідливі фактори умов праці на підприємстві.

Степанець Ю. О., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-191 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», yuliastepanets1@ukr.net
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryna_8067@ukr.net

МІЖНАРОДНИЙ КРЕДИТ У СВІТОВІЙ ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ

Розвиток міжнародних фінансових відносин на сучасному етапі характеризується тим, що уряди практично всіх країн світу все активніше використовують зовнішні запозичення з метою забезпечення розвитку і підтримки власних економік. Однією з основних причин розвитку міжнародного кредитування виступає проблема дефіциту державних бюджетів. Головними чинниками, які збільшують популярність міжнародних кредитів є інтернаціоналізаційні та глобалізаційні процеси, що обумовлено розвитком міжнародних фінансово-кредитних установ й інноваційних технологій.

Розвиток економічного та науково-технічного співробітництва, валютних та фінансових відносин між окремими країнами світу обумовив появу, так званих, міжнародних кредитно-фінансових відносин.

За визначенням В. І. Ганіна міжнародний кредит – це рух позикового капіталу, який пов'язаний із наданням валютних, кредитних і товарних ресурсів одними суб'єктами світової економіки іншим на умовах повернення їх у певні строки з відсотками [1, с. 56].

Міжнародний кредит є необхідною складовою розвитку міжнародних відносин у світовій валютно-фінансовій системі. Він стимулює попит на ринку зі сторони позичальників, тим самим сприяючи зростанню обсягів світової торгівлі. Міжнародний кредит є своєрідною формою переміщення позичкового капіталу. Він засвідчує фінансово-економічні відносини, пов'язані з наданням або погашенням позики, її використанням, в яких кредиторами та позичальниками можуть виступати суб'єкти різних країн. Суб'єктами таких відносин, зазвичай, є як приватні фірми, так і комерційні банки, різні кредитні та нефінансові установи, державні органи [2, с. 98].

Значення міжнародного кредиту в світовій валютно-фінансовій системі зростає щороку. Зокрема, міжнародний кредит сприяє інтернаціоналізації виробництва та обміну, утворенню світового ринку, служить засобом підвищення конкурентоспроможності товарів. Зі зростанням інтернаціоналізації виробництва й обміну посилюється роль міжнародного кредиту. Розширюються кредитні відносини між країнами, значно зростають суми кредитів на фінансування зовнішньої торгівлі, врегулювання платіжних балансів, підтримку валютних курсів. Важливе місце в системі міжнародного кредиту займають кредити, які використовуються для фінансування заборгованості.

О. Баєва наголошує на тому, що міжнародний кредит бере участь у регулюванні економіки, а розвиток світової економіки зумовив стрімке зростання обсягів міжнародного кредитування. Необхідність підвищення економічного зростання та макроекономічної стабілізації в країнах призводять до більшої зацікавленості в міжнародних кредитах. Кожна держава намагається створити умови для підвищення конкурентоспроможності своїх товарів. У сучасних умовах зростаючу роль у сфері розвитку міжнародних кредитних відносин відіграють міжнародні й регіональні фінансово-кредитні інститути. Вони допомагають збільшити масштаби і форми кредитування зовнішньоекономічної діяльності. Кредитні відносини мають важливе значення у міжнародних фінансово-економічних відносинах будь-якої держави [3, с. 110].

В свою чергу Ю. Дзіковська зазначає, що у сучасній системі господарювання кредити міжнародних фінансових організацій за умови їх ефективного використання є важливим джерелом ресурсного забезпечення пріоритетних проектів та завдань соціального й економічного розвитку, інструментом інституційних перетворень та міжнародної інтеграції [4, с. 46].

Залучення зовнішніх фінансових ресурсів на кредитній основі для покриття економікою країни своїх потреб є прийнятною практикою здійснення економічної діяльності. Економічна сутність даного процесу полягає в тому, що у певний час є вільний капітал як усередині країни, так і за її межами, який здійснює рух із метою пошуку більш вигідних сфер свого застосування. Об'єктивною основою розвитку міжнародного кредиту стали вихід виробництва за національні межі, посилення інтернаціоналізації господарських зв'язків. Міжнародний кредит бере участь у кругообігу капіталу на всіх його етапах: під час трансформації грошового капіталу у виробничий у результаті експорту обладнання, сировини, палива; у процесі виробництва у формі кредитування під незавершене виробництво; під час реалізації товарів на міжнародних ринках.

Погоджуємося з думкою дослідників, які зазначають, що міжнародний кредит світовій-валютно-фінансовій системі має як позитивний, так і негативний вплив на розвиток світових фінансово-економічних відносин. Серед позитивних сторін залучення міжнародних кредитів слід зазначити: підвищення ефективності міжнародних зв'язків, зростання обсягів національного та світового виробництва; підвищення економічної ефективності зовнішньої торгівлі; сприяння інтернаціоналізації виробництва; створення і відновлення інфраструктури; стимулювання міжнародного поділу праці; зміцнення державних підприємств і банків, пов'язаних із міжнародним капіталом; створення сприятливих умов для залучення зарубіжних приватних інвестицій [3, с. 113].

До негативних сторін міжнародного кредиту слід віднести наступні:

– поглиблення у країн-позичальників внутрішніх структурних диспропорцій, оскільки розвиваються прибуткові галузі і не розвиваються ті галузі, до яких не надходять міжнародні фінансові ресурси;

– зростання конкуренції серед країн за ринки збуту, джерела сировини та сфери розміщення капіталів;

– зростання зовнішнього боргу та витрат на його обслуговування;

– підтримку в країнах-позичальниках вигідних країнам-кредиторам політичних та економічних режимів, маріонеткових урядів [1, с. 56].

Функціонування міжнародного кредитування відбувається на умовах платності, строковості, повернення. Це проявляється у принципах міжнародного кредиту: принцип повернення кредиту, принцип строковості, принцип платності, принцип матеріальної забезпеченості кредиту, принцип цільової спрямованості, принцип гарантованості.

Міжнародний кредит виконує наступні функції, що відображають рух позичкового капіталу на світовому ринку: перерозподіл матеріальних і фінансових ресурсів між країнами для забезпечення потреб розширеного відтворення; зниження затрат в сфері міжнародних розрахунків шляхом застосування безготівкових платежів, заміни готівкового валютного обігу міжнародними кредитними операціями; сприяння реалізації програм структурної перебудови економіки окремих країн; прискорення процесу концентрації і централізації капіталу завдяки використанню іноземних кредитів; прискорення процесу реалізації товарів і розширення межі міжнародної торгівлі.

Для здійснення кредитування зовнішньоекономічної діяльності залучаються міжнародні та регіональні фінансово-кредитні організації, такі як Міжнародний валютний фонд, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Європейський банк реконструкції та розвитку, Європейський інвестиційний банк та ін.

Таким чином, міжнародний кредит у сучасній світовій валютно-фінансовій системі активно використовується великою кількістю країн з метою покриття дефіциту державних бюджетів, фінансування економічного та соціального розвитку країн, забезпечення конкурентоспроможності власних товарів на міжнародному ринку. Він відіграє досить важливу роль в економіці країн світу, адже сприяє розвитку продуктивних сил в країні, а також розширює масштаби торгівлі. Однак, в той же час, міжнародний кредит здатен спричинити і негативні наслідки, наприклад, поглиблює диспропорції в економіці країн, що виступають в ролі кредиторів, порушує макроекономічну стабільність. Важливу роль в області міжнародного кредиту відіграють фінансово-кредитні інститути, зокрема Міжнародний Валютний Фонд, ЄБРР, МБРР та інші.

Перелік посилань

1. Ганін В. І. Роль міжнародного кредиту та діяльність міжнародних фінансових організацій в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №13. С. 55-61.
2. Максимчук А. І. Міжнародний кредит та його вплив на економіку України. *Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: збірник праць XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 15-16 березня 2018 року, м. Київ / КПІ ім. Ігоря Сікорського, ФММ, КМЕ*. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. С. 98.
3. Баєва О. Роль міжнародного кредиту в розвитку світової економіки. *Галицький економічний вісник*. 2014. Том 44. № 1. С. 110-114.
4. Дзіковська Ю. Міжнародне кредитування як засіб модернізації інфраструктури країни: переваги та загрози. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2018. №23. С. 45-50.

Стеченко К. Л., здобувачка вищої освіти ІV курсу

Національний університет «Чернігівська політехніка», stechenko.katya25@gmail.com

Іваньков І.В., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка», igor_ivankov@ukr.net

НЕПОВНОЛІТНІ ОСОБИ ЯК СУБ'ЄКТИ КРИМІНАЛЬНИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ: СТАТИСТИЧНИЙ ВИМІР

Щодня значна частина дітей різного віку у різний спосіб вступають у відносини із системою правосуддя: одні виступають у ролі жертв, інші є свідками або очевидцями кримінально-караних дій, але більша частина дітей стають безпосередніми виконавцями (суб'єктами) кримінальних правопорушень. Уявлення про обсяги кримінальної протиправності неповнолітніх осіб формуються шляхом аналізу її зовнішніх проявів. У дослідженні кількісних та якісних показників залучення неповнолітніх осіб до кримінальних проваджень, зокрема у статусі підозрюваних, обвинувачених і засуджених, основним джерелом виступає офіційна статистична інформація Офісу Генерального прокурора та Державної судової адміністрації України. Аналіз таких даних дозволяє нам здійснити статистичний вимір кримінальної протиправності неповнолітніх осіб і встановити її динаміку та головні тенденції розвитку за останні п'ять років.

Згідно із пунктом 4.1. Мінімальних стандартних правил ООН, які стосуються відправлення правосуддя щодо неповнолітніх («Пекінських правил»), «нижня межа віку кримінальної відповідальності неповнолітніх осіб не повинна встановлюватись на занадто низькому віковому рівні, враховуючи аспекти емоційної, духовної та інтелектуальної зрілості» [1]. Теоретично обґрунтованою медициною й психологією є теза, що вже з 16 років у неповнолітніх осіб формуються вольові властивості, зокрема – вміння контролювати свою поведінку та у повному обсязі усвідомлювати сутність і можливу суспільну небезпеку своїх вчинків. Однак серед науковців вже сформувався думка про необхідність зниження віку кримінальної відповідальності. «Загальний вік повинен становити 14 років, а знижений – 12 років. Це просто необхідно для того, щоб попередити вчинення нових злочинів малолітніми та неповнолітніми особами, які впевнені, що вчинивши злочин, кримінальної відповідальності не понесуть, що вони «недоторканні» перед кримінальним законом» [2, с. 130]. Водночас, згідно із частиною першою статті 22 Кримінального кодексу України, загальний вік, з якого може наставати кримінальна відповідальність, становить 16 років на момент вчинення правопорушення. Отож, встановлений національним законодавством вік кримінальної відповідальності відповідає нормам міжнародного законодавства. Проте, існують винятки: ті особи, які вчинили кримінальні правопорушення значної суспільної небезпеки, перелік яких чітко визначений у частині другій статті 22 Кримінального кодексу України (налічує 49 статей), підлягають кримінальній відповідальності вже з 14 років.

Офіційна статистична інформація Офісу Генерального прокурора України, зважаючи на ознаку віку на момент вчинення кримінального правопорушення (щодо неповнолітніх), обліковує три показники: кількість неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальне правопорушення у віці до 14 років, від 14 до 15 років, а також від 16 до 17 років. Проаналізувавши відповідні дані, констатуємо, що кількість осіб, які вчинили кримінальні правопорушення у віці до 14 років у 2020 р. в порівнянні з 2016 р. зменшилась приблизно на 6%; у віці 14-15 років – зменшилась на 11,3% відповідно; у віці 16-17 років – зменшилась на 19,9% відповідно (див. табл. 1). Досліджені дані свідчать, що найбільше неповнолітніх осіб притягується до кримінальної відповідальності у віці від 16 до 17 років, а найменше – у віці до 14 років. На наш погляд, такий показник пояснюється тим, що саме з 16 років особа вважається загальним суб'єктом кримінальної відповідальності, а можливість притягнення до кримінальної відповідальності неповнолітніх осіб у віці від 14 до 16 років є обмеженою вимогами частини другої статті 22 Кримінального кодексу України.

Таблиця 1. Кількість неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальні правопорушення за період з 2016 р. по листопад 2021 р. (за віком) [3]

Вік	2016	2017	2018	2019	2020	2021
До 14 років	218	212	176	175	193	145
14-15 років	1 127	1 337	1 240	1 121	899	700
16-17 років	2 873	2 961	2 564	2 199	1 921	1 550

Протягом декількох останніх років в Україні спостерігається тенденція зниження кількості неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальні правопорушення. Зокрема, у порівнянні з 2016 р. у 2020 р. кількість неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальні правопорушення зменшилась на 16,7% (з 4,218 тис. до 3,013 тис.). Із загальної кількості осіб, які вчинили кримінальні правопорушення, у середньому 3,3% є неповнолітніми (див. табл. 2).

Таблиця 2. Загальна кількість неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальні правопорушення за період з 2016 р. по листопад 2021 р. [4]

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Усього осіб, які вчинили кримінальні правопорушення	99 307	117 947	117 071	109 825	102 007	90 958
з них неповнолітніх осіб	4 218	4 510	3 980	3 495	3 013	2 395
Співвідношення кількості неповнолітніх до загальної кількості правопорушників, %	4,2	3,8	3,4	3,2	2,6	2,6

Для узагальнення результатів проведеного аналізу кількісного складу неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальні правопорушення, слід встановити скільки неповнолітніх осіб реально відповідають за свої кримінально-протиправні дії? За даними, наведеними Державною судовою адміністрацією, у 2016 р. було засуджено 2 914 неповнолітніх осіб (з них 60,2% за вчинення тяжких злочинів), у 2017 р. – 2 622 (з них 59,6% за вчинення тяжких злочинів), у 2018 р. – 2 415 (з них 55,1% за вчинення тяжких злочинів), у 2019 р. – 2 087 (з них 55% за вчинення тяжких злочинів), у 2020 р. – 1 686 (з них 61,6% за вчинення тяжких злочинів) [5]. Як бачимо, кількість засуджених неповнолітніх щороку зменшується, але показник вчинення ними тяжких злочинів є доволі високим і, на жаль, йде на поступове зростання з кожним роком. При цьому, зважаючи на ознаку статі, за останні п'ять років абсолютну більшість неповнолітніх засуджених становлять особи чоловічої статі (88,4%), а, зважаючи на вид вчиненого кримінального правопорушення, серед них переважають кримінальні правопорушення проти власності (див. табл. 3).

Таблиця 3. Кількість засуджених неповнолітніх осіб за видом вчиненого ними кримінального правопорушення за 2016-2020 рр. [5]

Вид кримінального правопорушення	2016	2017	2018	2019	2020
Умисне вбивство	22	14	9	11	10
Умисне тяжке тілесне ушкодження	43	29	27	38	24
Умисне середньої тяжкості тілесне ушкодження	36	27	23	25	25
Зґвалтування	5	5	1	3	3
Кримінальні правопорушення проти власності	2 734	2 453	2 269	1 936	1 561
Кримінальні правопорушення у сфері обігу наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів або прекурсорів	74	94	90	74	63

Отже, порівнюючи загальну кількість неповнолітніх осіб, які вчиняють кримінальні правопорушення (див. табл. 2) із наведеною кількістю фактично засуджених неповнолітніх осіб, варто зазначити, що реальне покарання отримують лише половина тих неповнолітніх, які вчиняють кримінально-протиправні дії. Вважаємо, що це пов'язано з тим, що, керуючись принципом гуманізму та економії репресії, законодавець сконструював норму, в якій запропонував перелік примусових заходів виховного характеру, які можуть бути застосовані до неповнолітніх осіб (частина друга статті 105 Кримінального кодексу України) в якості звільнення від покарання. Таким чином, саме примусові заходи виховного характеру виступають альтернативою реальному кримінальному покаранню неповнолітніх осіб, які вчинили кримінальне правопорушення, та надають їм можливість виправитися без ізоляції від суспільства. До того ж, кількість неповнолітніх осіб, до яких застосовуються такі примусові заходи з кожним роком збільшується, але чи є це дієвим з точки зору реального виправлення неповнолітнього та запобігання вчинення ним у майбутньому нових кримінальних правопорушень? Також, вважаємо за потрібне, у зв'язку із наявністю чіткої тенденції щодо збільшення частки тяжких та особливо тяжких злочинів, вчинених неповнолітніми, значним «омолодженням» підліткової злочинності, винести на обговорення громадського загалу, науковців та практиків питання щодо зниження загального віку кримінальної відповідальності.

Перелік посилань

1. Мінімальні стандартні правила ООН, що стосуються відправлення правосуддя щодо неповнолітніх («Пекінські правила»): Правила ООН від 29.11.1985 року №995_211. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_211 (дата звернення: 12.12.2021).
2. Кухарук Ю.О., Вашечкіна А.Ю. Зниження віку, з якого може наставати кримінальна відповідальність. *Юридична наука*. № 5. 2012. С. 127-132.
3. Єдиний звіт про осіб, які вчинили кримінальні правопорушення за 2016-2020 роки, січень-листопад 2021 року: звітність Офісу Генерального прокурора. Форма № 2. URL: <https://gp.gov.ua/ua/posts/pro-osib-yaki-vchinili-kriminalni-pravoporushennya-2> (дата звернення: 12.12.2021).
4. Єдиний звіт про кримінальні правопорушення за 2016-2020 роки, січень-листопад 2021 року: звітність Офісу Генерального прокурора. Форма № 2. URL: <https://gp.gov.ua/ua/posts/pro-osib-yaki-vchinili-kriminalni-pravoporushennya-2> (дата звернення: 12.12.2021).
5. Звіт про неповнолітніх засуджених за 2016-2020 роки: звітність Державної судової адміністрації. Форма № 8. URL: https://court.gov.ua/inshe/sudova_statystyka/ (дата звернення: 12.12.2021).

Стрельцова О. О., студентка II курсу, АЮ-201
НУ «Чернігівська політехніка», olexandrastreltsova@gmail.com
Науковий керівник: Шестак Л. В., канд. юрид. наук, доцент,
доцент кафедри публічного та приватного права
НУ «Чернігівська політехніка», Lilyasha@i.ua

ОЗНАКИ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПРАВОВІДНОСИН

Варто відзначити, що адміністративні правовідносини пронизують усі сфери державного та суспільного життя, виступають каталізатором форми державного управління, а також методів і засобів, що застосовуються при цьому. Питання змісту й ознак адміністративних правовідносин традиційно є предметом наукових досліджень. Зокрема, ці питання піднімали у своїх наукових роботах К. Волинки, С. Гусарева, Т. Коломоєць, Є. Курінного, О. Никанорової, О. Тихомирова та інших.

Оскільки адміністративні відносини є різновидом правових, вони характеризуються їх загальними ознаками: 1) є специфічним суспільних відносин; 2) є ідеологічними відносинами; 3) є свідомо-воловими відносинами; 4) виникають (змінюються, припиняються) на основі норм права за наявності передбачених юридичних фактів; 5) є юридичною формою конкретного зв'язку суб'єктів; 6) мають двосторонній характер, 7) охороняються державою, забезпечуються заходами державного впливу, в т.ч. й примусу [1, с. 382-383; 2, с. 153-154; 3, с. 195].

Що стосується ознак власне адміністративних правовідносин, то позиції вчених різняться. На думку В. Курінного їх основу складають шість визначальних рис [4, с. 104]: 1) сфера виникнення; 2) присутність органу, наділеного владно-управлінськими повноваженнями; 3) умови виникнення відносин; 4) характер стосунків між учасниками; 5) визначення питань відповідальності перед державою за порушення вимог норм адміністративного права та 6) порядок розв'язання спорів між учасниками.

Ознаки адміністративних правовідносин можна поділити на загальні та спеціальні. До загальних варто віднести такі. 1) адміністративно-правові відносини врегульовані нормами адміністративного права; 2) вони виникають, розвиваються і припиняються, вичерпавши себе у сфері державного управління; оскільки адміністративні правовідносини пов'язані зі здійсненням державного управління, то через них реалізується виконавча влада, вони є формою її реалізації. З іншого боку, оскільки адміністративні правовідносини пов'язані з державним управлінням, то в них відображається публічний, державний інтерес; 3) адміністративні правовідносини мають специфічний суб'єктний склад, бо обов'язковими їх учасниками є суб'єкти, наділені владними повноваженнями. Але це не завжди орган виконавчої влади, бо існують і так звані «міжгілкові» органи управління (Вища рада юстиції, Рахункова палата), специфічний орган – адміністративна комісія, інституту делегування повноважень тощо. Тобто одному з учасників адміністративних правовідносин держава надає право здійснювати державне управління, управлінські повноваження, які в них реалізуються; 4) у разі, коли одна зі сторін порушила права іншої, вона юридично відповідальна перед державою [5, с. 207].

Щодо спеціальних ознак адміністративних правовідносин, то це такі: 1. Адміністративні правовідносини не завжди будуються за принципом влади-підпорядкування. Їх сторони можуть виступати як юридично рівні. Запровадження інститутів управлінських, сервісних адміністративних послуг та адміністративного судочинства вказує на те, що одна з ознак цих правовідносин у майбутньому може бути втрачена [5, с. 208]. 2. Адміністративні правовідносини виникають з ініціативи однієї зі сторін і згода іншої не в усіх випадках є обов'язковою. Наприклад, відносини, що виникають зі звернення громадянина щодо призначення пенсії, субсидії, отримання управлінської послуги тощо. Щодо відносин, які виникають за згодою

владного суб'єкта, то їх прикладом може бути факт притягнення особи до відповідальності, вимога отримання ліцензії для здійснення певного виду діяльності й т.ін. 3. Ці правовідносини по суті є організаційними та мають прямий зв'язок із реалізацією функцій виконавчої влади, які спрямовані на правовиконання. 4. Правові конфлікти, що виникають у адміністративних правовідносинах і мають статус юридичного факту, вирішуються в позасудовому порядку та в порядку адміністративного судочинства. 5. Суб'єкт правовідносин, який має владні повноваження, завжди діє владно [6, с. 44] від імені державного органу, діяльність якого він представляє, а не від себе та реалізує не громадянські, а службові повноваження, в т.ч. делеговані. 6. Адміністративно-правові відносини – це особливий зв'язок між учасниками, один з яких має право вимагати від іншого такої поведінки, яка передбачена адміністративно-правовою нормою, її невиконання може розцінюватися як правопорушення та передбачати застосування заходів адміністративного впливу, у тому числі й відповідальності. 7. Орган управління зобов'язаний реалізувати свої матеріальні та процесуальні права, бо право є обов'язком владного суб'єкта, виконання якого контролюється державою або громадськістю. 8. Санкції, що застосовуються до учасників цих відносин за порушення ними своїх прав і обов'язків, – це, як правило, заходи адміністративного примусу (видворення іноземців за межі України, перевірка документів тощо), адміністративної та дисциплінарної відповідальності (так, за порушення адміністративних норм військовослужбовці можуть бути притягнені до дисциплінарної відповідальності на підставі статутів про дисципліну). Крім того, може настати також матеріальна відповідальність, якщо правопорушенням була завдана майнова шкода [7, с. 36]. 9. Такі правові відносини мають державно-владний характер, тобто один із суб'єктів завжди наділений державою владними повноваженнями щодо інших учасників цих відносин. Виникнення адміністративно-правових відносин – це, по суті, об'єктивізація загальної управлінської волі держави в реальній поведінці конкретних суб'єктів.

Таким чином, якщо узагальнити наведені та ряд інших точок зору науковців, висловлені з приводу особливостей адміністративно-правових відносин, то відмічаємо наступні найбільш поширені ознаки, які їм притаманні. До їх числа пропонуємо віднести наступні: підставою виникнення, зміни та припинення таких відносин переважно є норми адміністративного права; вони являють собою юридичну форму управлінських відносин і мають організаційний характер; регулюються переважно за допомогою імперативного методу; права і обов'язки сторін пов'язані зі здійсненням державного управління; можуть виникати з ініціативи кожної із сторін незалежно від волевиявлення другої; а спори між сторонами, як правило, вирішуються в позасудовому порядку.

Перелік посилань

1. Скакун О. Ф. Теорія права і держави: підручн. 2-ге вид. Київ: Алерта, 2010. 520 с.
2. Волинка К. Г. Теорія держави і права: навч. посіб. Київ: МАУП, 2003. 240 с.
3. Теорія держави та права : навч. посіб. / за заг. ред. С. Д. Гусарева, О. Д. Тихомирова. Київ : НАВС, Освіта України, 2017. 320 с.
4. Курінний Є. В. Предмет і об'єкт адміністративного права України: характеристика категорій в умовах системного реформування : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.07. Київ, 2004. 428 с.
5. Никанорова О.В. Адміністративні правові відносини: ознаки та класифікація. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 6-1. Том 2. 2014. С. 206-210.
6. Коломоєць Т.О. Адміністративне право України. Академічний курс. К.: Юрінком Інтер, 2011. 576 с.
7. Шестак Л.В. Адміністративне право: навч. посіб. Чернігів: Чернігівський державний інститут права, соціальних технологій та праці. 2011. 256 с.

Татарінова М. Є., здобувачка вищої освіти, групи ЦГЮ-191,
Національний університет «Чернігівська політехніка», marianatatarinova@gmail.com
Науковий керівник: Козинець О.Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

СМЕРТНА КАРА ЯК ПОРУШЕННЯ ПРАВА НА ЖИТТЯ

Право на життя – фундаментальне природне право людини, закріплене нормами багатьох міжнародно-правових документів про права людини як на універсальному, так і регіональному рівнях. Право на життя передбачає свободу від свавільних зазіхань з боку держави на життя, забезпечення таких суспільних умов за яких не існує загрози життю особи [4].

Конвенція про захист прав людини та основних свобод. (Ст. 2): «1. Право кожної людини на життя захищається законом. Жодна людина не може бути умисне позбавлена життя інакше ніж на виконання вироку суду, винесеного після визнання її винною у вчиненні злочину, за який законом передбачено таке покарання. 2. Позбавлення життя не розглядається як порушення цієї статті, коли воно є наслідком неминучої потреби застосувати силу: а) при захисті будь-якої людини від незаконного насильства; б) при здійсненні законного арешту або при запобіганні втечі людини, що законно перебуває під вартою; с) у діях, законно вчинених з метою придушення бунту або заколоту».

Право на життя є невід’ємне право кожної людини. Це право охороняється законом. Ніхто не може бути свавільно позбавлений життя [3].

Якщо дивитися на явище смертної кари через призму практики Європейського Суду з прав людини, то її заборона не є наслідком конституційного захисту права на життя, оскільки така конструкція могла б автоматично та логічно призвести до заборони абортів, евтаназії та створила б невизначеність при застосуванні інституту необхідної оборони. Європейська практика основною причиною заборони такого права визначає лише право особи на повагу до її гідності, хоча традиційним є розуміння про введення заборони на смертну кару через невідповідність основному праву людини, праву на життя.

У переважній більшості країн західної демократії смертна кара розглядається як покарання, не сумісне саме з правом на гідність у поєднанні чи без такого із правом на життя. У німецькій конституційній доктрині визнається неконституційним призначення смертної кари, оскільки це покарання не дає засудженому після певного строку знов стати членом суспільства. Дещо інший підхід був сформульований суддею Верховного суду США: «Головним є моральний принцип, за яким держава, навіть караючи, має поводитися з її громадянами таким чином, що є сумісним з їх невід’ємною цінністю як людських істот, тому покарання не повинно бути суворим до такої міри, що принижує людську гідність» [1]. У 12 штатах США смертна кара заборонена. А в деяких штатах, де смертна кара ще застосовується, це явище стало предметом перегляду щодо конкретних обставин. Варто зазначити також, що у деяких країнах смертна кара все ще застосовується, але сфера та випадки її застосування стають дедалі обмеженими. Прикладом є рішення Таємної Ради Великої Британії про неконституційність автоматичного застосування смертної кари та необхідність розглядати кожен випадок індивідуально без застосування прецедентного права.

У цілій серії справ Комітет ООН з прав людини вказував, що порушення належної правової процедури при призначенні смертної кари є порушенням ст. 6 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права (1966 р.). Саме ця стаття визначає випадки, коли застосування смертної кари є дозволеним [2]. Ті держави, які все ще зберігають смертну кару, повинні здійснювати найжорстокіший та найретельніший контроль за дотриманням судових гарантій у таких справах. До таких гарантій можна віднести: незалежність суду, презумпцію невинуватості, право на перегляд справи вищою судовою інстанцією тощо.

Досі ігнорують та використовують смертну кару у багатьох східних країнах, таких як Ірак, Іран та Афганістан, де доволі часто використовується цей вид покарання та страчують за допомогою відсічення голови, також трапляється і самосуд, і за це ніхто не несе відповідальності. Також поширеною є смертна кара у африканських та середньоазіатських державах.

Отже, право на життя є невід'ємним абсолютним та притаманним кожній людині правом, не підлягає жодному обмеженню ані з боку держави, ані з боку інших осіб.

Перелік посилань

1. Дядюн, К.В. Смертная казнь: плюсы и минусы в современном обществе [Електронний ресурс] / К.В. Дядюн. // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* – 2015. - № 7(18). – Режим доступу: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/231>.
2. Крікорова, Е.К. Смертна кара як дилема в міжнародному праві [Текст] / Е.К. Крікорова // *Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки»*. – 2019. - №6. Жовтень. – С. 89-92.
3. Рябченко, Т.О., Кучмістенко, О.В. Смертна кара: питання доцільності скасування чи запровадження [Текст] / Т.О.Рябченко // *Юридичний науковий електронний журнал Запорізького національного університету*. – 2020. - № 3. – С. 330–333.
4. Толстенко, Ю. О. Проблема смертної кари у міжнародному праві [Текст] / Ю. О. Толстенко // *Права людини і демократія : зб. наук. ст. за матеріалами наук. конф. Харків.* – 2018. – С. 165–169.

Трошко А. В., здобувачка вищої освіти, гр. КЮ-191 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», alinatroshko@ukr.net
Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryua_8067@ukr.net

ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ВИД ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

В сучасних умовах в Україні питання, пов'язані з фінансовим моніторингом доходів, отриманих протиправним шляхом, набули великої актуальності і перебувають у центрі уваги нашого суспільства. Актуальність зазначеної проблеми полягає в тому, що попередження отримання доходів у тіньовому секторі економіки дозволить суттєво збільшити податкові надходження до Державного та місцевих бюджетів, що особливо актуально в умовах значного дефіциту бюджету України. У той же час розвиток системи фінансового моніторингу потребує постійного удосконалення механізмів протидії легалізації доходів, що отримані протиправним шляхом, особливо враховуючи швидкий темп розвитку сучасного суспільства, постійне оновлення та удосконалення інформаційних систем, технологій, підвищення рівня інформатизації сфери фінансових послуг, що дозволяє злочинцям шукати все нові способи реалізації протиправних дій.

Фінансовий моніторинг є особливою формою фінансового контролю, яка здійснюється уповноваженими державними органами у сфері фінансового контролю та суб'єктами первинного фінансового моніторингу і спрямована на виявлення операцій, пов'язаних із легалізацією доходів, отриманих незаконним шляхом.

Фінансовий моніторинг як система розглядається багатьма авторами. Зокрема, Гаврилишин розглядає фінансовий моніторинг як комплекс заходів. К. Костюченко, О. Кривуля, Б. Сюркало звужують сферу визначення фінансового моніторингу тільки для діяльності банків, а Г. Бірюков – для підприємств. Це не зовсім вірно, тому що фінансовий моніторинг містить два рівні первинний і державний. Суб'єктами первинного фінансового моніторингу виступають банки, страхові компанії, фінансові установи, інститути спільного інвестування та інші. Також не можна підтримати думку вчених О. Орлюк і А. Клименко, які стверджують, що фінансовий моніторинг є специфічною формою державного фінансового контролю, що виключає вищеназаних суб'єктів первинного фінансового моніторингу [1, с. 216]. Отже, аналіз робіт українських дослідників дає підстави для висновку, що більшість дефініцій є відносно тотожними за своєю сутністю та практичним значенням, кожна із них безпосередньо розкриває та зазначає основну мету, значення (необхідність існування) та

завдання такого виду контролю за діяльністю суб'єктів первинного та державного фінансового моніторингу, але не робиться акцент на відмінності між фінансовим моніторингом та фінансовим контролем [2, с. 238].

У сучасних умовах майже кожна цивілізована держава намагається запровадити дієву систему фінансового моніторингу. Залежно від країни, указана система має певні особливості, проте є і спільні риси. Вони, серед іншого, виявляються у функціях і принципах. З позицій системного дослідження фінансового моніторингу як окремого виду фінансового контролю, можна виділити такі функції фінансового моніторингу: запобіжну; координаційну; детінізації економіки; міжнародного співробітництва [3, с. 253].

В свою чергу О. Глуценко та І. Семеген зазначають, що «фінансовий моніторинг – це комплекс дій, коштів і заходів, здійснюваних на об'єктах господарювання, у межах сектору економіки, адміністративно-територіальної одиниці, країни або в міжнародних масштабах для запобігання легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом, що порушує чинне законодавство» [4, с. 74].

Досліджуючи питання сутності фінансового моніторингу загалом, варто наголосити, що джерелом формування категоріального апарату є, насамперед, Закон України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» [5], який надає повний та чіткий перелік визначень конкретних термінів та регламентує організаційно-правові засади проведення фінансового моніторингу. Зокрема, відповідно до чинного Закону, під фінансовим моніторингом потрібно розуміти сукупність заходів, що вживаються суб'єктами фінансового моніторингу у сфері запобігання та протидії, що включають проведення державного фінансового моніторингу та первинного фінансового моніторингу.

Фінансовий моніторинг становить собою особливу форму фінансового контролю у зв'язку із тим, що:

- об'єктом фінансового моніторингу є фінансові дії учасників фінансових операцій у контексті їх законності, доцільності, достовірності та економічної ефективності;

- його підконтрольними об'єктами є підприємства, установи, організації всіх форм власності, а також фізичні особи, які здійснюють фінансові операції в межах фінансової системи України;

- суб'єктами фінансового моніторингу є державні органи та недержавні установи, наділені компетенцією у сфері фінансового моніторингу (відповідно до ст. 6 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення»);

- метою фінансового моніторингу є запобігання, виявлення та припинення фінансових операцій, що пов'язані або можуть бути пов'язані з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом, і фінансуванням тероризму [6, с. 294].

Сьогодні для України питання розвитку ефективно функціонуючої цілісної системи фінансового моніторингу залишається нагальним та актуальним питанням. Це обумовлено тим, що його вирішення сприятиме подальшому соціально-економічному розвитку країни, реальному реформуванню бюджетної та фінансової систем і системи соціального забезпечення населення, а також забезпеченню належного рівня національної безпеки в цілому.

Вищезазначене вказує на необхідність в теоретичному осмисленні процесу формування в Україні системи фінансового контролю загалом і теоретичних підходів щодо фінансового моніторингу зокрема, спрямованих на узагальнення сутності такої системи, на обґрунтування взаємозв'язків між усіма її складниками (з урахуванням досягнень світової економічної думки) для практичного застосування у сфері контрольної діяльності.

Таким чином, проаналізувавши визначення фінансового моніторингу, можна сформулювати узагальнене поняття: фінансовий моніторинг – це система фінансового контролю, спрямована на протидію й запобігання легалізації грошей та іншого майна, отриманих злочинним шляхом як в окремих суб'єктах господарювання, так і в масштабі всієї країни. Фінансовий моніторинг є

одним із найважливіших засобів протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, що має сприяти забезпеченню належного рівня національної безпеки загалом. Провідну роль у вирішенні проблеми запобігання легалізації покликаний відігравати ефективний, дієвий, неупереджений та своєчасний державний фінансовий моніторинг, завдання та принципи здійснення якого повинні бути закріплені на законодавчому рівні.

Однією з міжнародних тенденцій розвитку контрольної діяльності держави є пошук нових інструментів, покликаних запобігти протиправним явищам у житті держави і суспільства з мінімальним втручанням у діяльність приватних осіб та організацій. Запобігаючи легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, держава через систему фінансового моніторингу та діяльність правоохоронних органів має видаляти всі злочинні прояви, натомість залишати ті підприємницькі структури, котрі не порушують закон чи діють у легальному правовому полі.

Перелік посилань

1. Бормотова М. В. Дослідження сутності поняття фінансовий моніторинг. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. №50. С. 214-217.
2. Козинець І. Г., Лось А. Ю. Фінансовий моніторинг в Україні: новий етап розвитку. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 2. С. 237-239. URL: DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-2/61> (дата звернення 30.10.2021).
3. Першин В.Г. Роль фінансового моніторингу в межах протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом. *Вісник ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка*. 2019. Вип. 4(88). С. 250-257.
4. Глущенко О., Семеген І. Антилегалізаційний фінансовий моніторинг: ризик-орієнтований підхід: монографія. Київ : УБС НБУ. 2014. 386 с.
5. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення: Закон України від 06. 12. 2019 р. № 361-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/361-20#Text> (дата звернення: 23.10.2021).
6. Уткіна М. С. Фінансовий моніторинг як один із засобів протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. №7. С. 292-295. URL: DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-7/75> (дата звернення: 30.10.2021).

Холзакова О. В., здобувачка вищої освіти, гр. ПД-201 юридичний факультет
Національний університет «Чернігівська політехніка», kholtzakova95@gmail.com

Науковий керівник: Козинець І. Г., ст. викладач
Національний університет «Чернігівська політехніка», iryua_8067@ukr.net

ПРАВОВІ ПІДСТАВИ ТА ПОРЯДОК ЗАСТОСУВАННЯ ВОГНЕПАЛЬНОЇ ЗБРОЇ ПОЛІЦЕЙСЬКИМИ

Відомо, що на даний час застосування вогнепальної зброї - є невід'ємною частиною служби в органах Національної поліції від якої залежить життя, безпека, здоров'я громадян і самих поліцейських. Застосування зброї є суворим заходом примусу. Поліцейський, який уповноважений на носіння зброї або зберігання, а також застосування зброї може здійснювати зазначені дії лише за умови проходження спеціальної підготовки. Проходження занять з спеціальної підготовки означає, що поліцейські повинні набути та вдосконалити навички умілого поводження з вогнепальною зброєю (швидке діставання пістолета та приведення його до бойової готовності), виконання різних прийомів для швидкої стрільби в різних умовах, припинення правопорушення за допомогою вогнепальної зброї і інші питання, які виникають під час підготовки.

Метою застосування поліцейськими вогнепальної зброї як примусового заходу є забезпечення подолання спротиву проведенню превентивного поліцейського заходу, відновлення публічного порядку та публічної безпеки, локалізація соціальної напруги або забезпечення особистої безпеки поліцейського [1, с. 87]. Наслідком застосування примусу є

затримання правопорушника у встановлений законом спосіб. Вогнепальна зброя повинна застосовуватися виключно у випадках, якщо є загроза життю громадян, самого поліцейського або якщо правопорушник чинить опір.

Поліцейський повинен знати всі нюанси застосування вогнепальної зброї, які врегульовуються прийнятим 2 липня 2015 року Законом України «Про Національну поліцію». Згідно ч. 4 ст. 46 зазначеного закону поліцейський має право використовувати зброю лише у виняткових випадках. Закон зазначає вичерпний перелік, в яких випадках застосовується зброя.

До першого пункту можна віднести випадок відбиття загрози здоров'ю чи життю самого поліцейського або членів сім'ї.

До другого пункту – для відбиття нападу на об'єкт, конвої, який знаходиться під охороною, а також звільнення об'єкта у разі його захоплення.

Третій пункт- в разі зупинки автомобіля, якщо водій створює загрозу життю чи здоров'ю поліцейського або громадян.

Четвертий пункт – для затримання особи, яка чинить опір або намагається втекти з-під варти, а також коли правопорушник погрожує застосуванням зброї до інших громадян.

П'ятий пункт – у разі затримання особи, яка намагається сховатися після того, як вчинила тяжкий або особливо тяжкий злочин.

Шостий пункт - звільнення заручників та осіб, яких було незаконно позбавлено волі.

Сьомий пункт - у разі захисту осіб від нападу, коли це загрожує їхньому життю.

Для більш детального розуміння правил застосування вогнепальної зброї в законі є інші статті. Переглянувши ці положення, можна зрозуміти, в яких випадках без попередження застосовується зброя. Перш за все, поліцейський уповноважений застосовувати вогнепальну зброю тільки після попередження про необхідність припинення протиправних дій і намір використання заходу примусу, визначені статтею 46 Закону України «Про Національну поліцію». Тобто поліцейський повинен попереджувати про те, що він збирається застосовувати зброю. Без попередження зброя може застосовуватися лише у виключних випадках, визначених у ч. 6 ст. 46 зазначеного закону. До таких випадків можна віднести спробу особи, яку затримує поліцейський наблизитись до нього чи доторкнутись до зброї поліцейського. У випадках збройного нападу, а також у разі раптового нападу із застосування бойової техніки або транспортних засобів, які загрожують життю чи здоров'ю громадян. Якщо особа, яка затримана або заарештована за вчинення тяжких або особливо тяжких злочинів, намагається втекти із застосування транспортного засобу. Також можна додати два випадки, зокрема, якщо особа чинить збройний опір і для припинення спроб заволодіти вогнепальною зброєю [2]. Щодо нюансів застосування зброї без попередження, то сюди можна віднести заподіяння особі такої шкоди, яка є необхідною і достатньою для зупинення правопорушення чи припинення збройного нападу [3, с. 143; 4, с. 268].

Частина 9 ст. 46 Закону України «Про Національну поліцію» забороняє застосовувати зброю в місцях, де можуть знаходитись інші люди і це може завдати їм шкоди, також в місцях вогнебезпечних або вибухонебезпечних. В законі не сказано конкретно, які це місця, де можна завдати шкоду іншим особам, тому поліцейських повинен сам вирішувати сам, де її застосовувати. Він може керуватися правилом «Необхідно застосовувати зброю, якщо від неї не постраждають інші люди». Необхідно зазначити, що конкретні і зрозумілі роз'яснення, єдині для всіх, допоможуть працівнику поліції діяти відповідно до норм чинного законодавства [5, с. 73].

Частина 12 ст. 46 закріплює можливість поліцейського привести в готовність вогнепальну зброю та попередити правопорушника про можливість її застосування, якщо під час затримання такої особи виникла підозра у вчиненні тяжкого чи особливо тяжкого злочину, а також під час перевірки документів у таких осіб. Якщо ж особа, намагається скоротити відстань і наблизитись до поліцейського або доторкнутися до його зброї, то застосування вогнепальної зброї буде правомірним. Після того, як було застосовано зброю поліцейський повинен у письмовій формі повідомити керівника про цей факт. У разі необхідності поліцейський може використати зброю для подання сигналу тривоги або прохання допомоги чи знешкодити тварину, яка створює загрозу для оточуючих [2].

Отже, застосування зброї – це показник ступеня реалізації управлінської діяльності. На практиці виникає безліч питань щодо використання вогнепальної зброї поліцейським. Так, в законі визначено багато випадків, де дозволяється використання зброї, але в реальних умовах завжди присутня небезпека завдання шкоди іншим людям. Як правило, поліцейські застосовують зброю в екстремальних умовах. Більшість небезпечних злочинів, де використовується вогнепальна зброя скоюються в громадських місцях, де перебуває велике скупчення людей. Особливо небезпечні правопорушники при вчиненні кримінального правопорушення починають застосовувати вогнепальну зброю без всяких вагань і не думають про безпеку інших осіб. В той же час поліцейський повинен завжди пам'ятати про правові підстави застосування зброї і настання кримінальної відповідальності за її неправомірне застосування, а також заборону застосування вогнепальної зброї в місцях, де є імовірність завдання шкоди іншим людям.

Перелік посилань

1. Волков Ю. М., Поливанюк В. Д. Проблемні питання застосування вогнепальної зброї працівниками національної поліції під час виконання службових обов'язків. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2018. № 4. С. 86-89. URL: <https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/3223/1/8.pdf> (дата звернення: 27.10.2021)
2. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 р. № 580-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19#Text> (дата звернення: 26.10.2021)
3. Волков Ю. М., Казначеев Д. Г. Актуальні проблеми застосування вогнепальної зброї поліцейськими в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. №4. С. 142-145. URL: http://lsej.org.ua/4_2020/35.pdf (дата звернення: 26.10.2021)
4. Шишкін К.О., Валєєв Р.Г. Важливість вивчення майбутніми поліцейськими правових підстав застосування зброї. *Актуальні питання забезпечення публічної безпеки, порядку в сучасних умовах : поліція та суспільство - стратегії розвитку і взаємодії*: Всеукраїнська науково-практична конференція (Маріуполь, 18 травня 2018 р.): тези доповідей. Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2018. С. 267-268. URL: http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/19887/D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%86%D1%96%D1%8F_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8_%D0%92%D0%9D%D0%9F%D0%9A_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%83%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C_2018_p267-268.pdf?sequence=1 (дата звернення: 30.10.2021).
5. Адміністративна діяльність поліції у питаннях та відповідях: навч. посібник / за заг. редакцією д. ю. н., професора, академіка НАПрН України О.М. Бандурки. Харків, 2017. 243 с.

Щербінін М. Ю., студент 2 курсу, гр. ЦГЮ-201

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Науковий керівник Шестаков Л. В., канд. юрид. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»

УНИКНЕННЯ ПРИТЯГНЕННЯ ДО АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПОРУШЕННЯ СТАТТІ 130-ОЇ КУПАП

Водіння в нетверезому стані є актуальною проблемою українського сьогодення. Так, за даними Фондації DEJURE, в 2019 році, поліцейськими було направлено до суду понад 126 тисяч протоколів про керування транспортом в нетверезому стані, що говорить про масштабність цієї ситуації [1], а також про низьку ефективність застосування великих сум штрафів за вчинення відповідних діянь.

В Україні відповідальність за вчинення даного правопорушення передбачена статтею 130 КУПАП. Так, керування транспортним засобом в стані алкогольного сп'яніння, передбачає накладення мінімальної суми штрафу в розмірі 1000 неоподаткованих мінімумів доходів громадян та позбавлення водійських прав строком на один рік, а за повторне вчинення передбачаються ще більші санкції [2]. Відповідальність за це правопорушення наразі є найбільшою серед тих, які передбачаються за порушення ПДР, і має тенденцію посилюватися.

Але чому ж тоді, ні суворі санкції, ні встановлення камер відео фіксацій на дорогах, ні просвітницькі заходи, не приносять потрібного результату - кількість протоколів суттєво не зменшується? Більше того, вчинення відповідного правопорушення може мати тяжкі наслідки для інших учасників дорожнього руху, завдавати майнових збитків як самому водію, так і іншим громадянам. Вважаємо, що однією з причин, які провокують пияцтво за кермом, є недоліки правового регулювання адміністративної відповідальності за керування транспортним засобом у стані сп'яніння, а також можливості не бути притягненим до такої відповідальності навіть у випадку порушення провадження по справі. Зокрема, за даними Фондації DEJURE, лише 42% відсотка водіїв, щодо яких складені протоколи, притягуються до адміністративної відповідальності [1].

Спробуємо з'ясувати, у чому ж полягають законодавчі прогалини, які дозволяють уникати відповідальності та продовжувати свою протиправну поведінку. Відповідно до статті 130 КУпАП, огляд особи на стан алкогольного чи іншого сп'яніння, проводиться «відповідно до встановленого порядку» [2]. Цей порядок визначений в Інструкції про порядок виявлення у водіїв транспортних засобів ознак алкогольного, наркотичного чи іншого сп'яніння або перебування під впливом лікарських препаратів, що знижують увагу та швидкість реакції.

За даним документом, перевірки на стан алкогольного сп'яніння підлягають особи, щодо яких у поліцейських є підстави вважати, що вони мають ознаки відповідного стану [3]. Тобто якщо певна підозра відсутня або не є очевидною (наприклад, стан наркотичного або токсичного сп'яніння), то такий огляд не здійснюється.

Огляд, відповідно до Інструкції проводиться, з використанням спеціальних технічних засобів, показники, яких після проведення тесту «мають цифровий показник більше 0,2 проміле алкоголю в крові» [3]. Але, для забезпечення достовірності результатів огляду, поліцейський зобов'язаний забезпечити доставку водія транспортного засобу на огляд до найближчого закладу охорони здоров'я «не пізніше ніж протягом двох годин з моменту виявлення підстав для його проведення». Відповідно, якщо огляд особи в закладі охорони здоров'я відбувся більше ніж протягом двох годин, його результати є незаконними. Так, дві години - це досить довгий проміжок часу, але і сама процедура огляду особи на стан алкогольного сп'яніння нешвидка. Більше того, протягом часу, який витрачається на доставку порушника до медичної установи та до взяття зразків відповідного аналізу, кількість алкоголю в крові зменшується і за результатами медичних досліджень може становити менше, ніж 0,2 проміле. Фактично це означає, що на час затримання такого водія він перебував у стані алкогольного сп'яніння і керував транспортним засобом у такому стані, але притягти його до відповідальності вже не можна, бо кількість алкоголю в крові менша, ніж гранично допустима доза.

Крім того, поліцейський за процедурою зобов'язаний надати інформацію про порядок застосування спеціального технічного засобу, потім особа має право вимагати надати їй сертифікат відповідності та свідоцтво про перевірку робочого засобу вимірювальної техніки, що займає певний час. Час витрачається також на пошук свідків, яких за інструкцією повинно бути двоє. Особливо складно знайти свідків у нічний час, на віддалених автострадах, оскільки інші водії не завжди погоджуються виступати свідками. Після цього затриманий водій має «дихати в трубочку», що має бути зафіксовано у певних процесуальних актах. Варто відмітити, що водій, питання про відповідальність якого вирішується, має право не погодитися зі змістом складених щодо нього процесуальних документів, про що робиться відповідна відмітка. Всі ці дії мають певну тривалість у часі, вплив якого може позначитися на ступені сп'яніння порушника.

Оскільки покарання за ст. 130 КУпАП є досить суворим, відповідно до статті 268 КУпАП, особа, під час зупинки транспортного засобу, має право скористатися правничою допомогою і викликати адвоката чи іншу уповноважену особу [4], яка буде представляти її інтереси. Але варто відзначити, що наразі законодавством не встановлені строки, протягом яких адвокат може прибути на місце події. Фактично це може зайняти як кілька хвилин, так і декілька годин. Всі ці обставини вказують на те, що строк у дві години може бути не дотриманий з

об'єктивних причин, а якщо особу доставили до закладу охорони здоров'я пізніше «ніж протягом двох годин з моменту виявлення підстав для його проведення» - результати аналізу є незаконними, а особу вже не можна притягнути до адміністративної відповідальності за статтю 130 КУпАП.

Наведене вище положення є дивним з огляду на те, що процедура проведення огляду на стан алкогольного сп'яніння може з об'єктивних підстав займати більше ніж дві години. Сам проміжок, за який особу потрібно доставити до закладу охорони здоров'я, є цілком обґрунтованим, оскільки, за норми в 0,2 проміле, в залежності від ваги, обсягу з'їденого, віку, статі, кількості та міцності алкоголю тощо, він може виводитися з організму за проміжок, що навіть менше за дві години [5]. І за таких обставин матимемо ситуацію, коли об'єктивно особа-порушник звільняється від відповідальності, отримує не досвід застосування покарання, а досвід уникнення від відповідальності, який дозволить їй і надалі вчиняти відповідні протиправні вчинки.

Можливо, одним зі способів вирішення даної проблеми є збільшення межі гранично допустимого вмісту алкоголю в крові. Україна ратифікувала Європейську угоду, що доповнює Конвенцію про дорожній рух, відкриту для підписання у Відні 8 листопада 1968 року, за якої максимальний рівень вмісту алкоголю в крові «не повинен перевищувати 0,50 г чистого алкоголю на літр крові» [6]. Тому певне збільшення допустимого алкоголю в крові не буде порушенням норм міжнародного права та значно облегшить підтвердження, що особа дійсно перебуває в стані алкогольного сп'яніння. На сьогодні, у більшості країн Європи допустимий показник складає від 0,3 проміле, а кількість правопорушень суттєво менша, ніж в Україні [7].

Таким чином, процедура огляду особи на стан сп'яніння є недосконалою, оскільки дозволяє уникати відповідальності за статтю 130 КУпАП, що не сприяє зменшенню випадків вчинення даного правопорушення. Тому вважаємо, що дана процедура потребує змін, передбачених у міжнародних документах.

Перелік посилань

1. П'яні за кермом - покарати не можна звільнити Фундація DEJURE: веб-сайт URL: <https://dejure.foundation/skhemy-piani-za-kermom> (дата звернення: 04.09.2021).

2. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 1 - 212-24): Закон України від 07.12.1984 р. №80731-X URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> (дата звернення: 20.09.2021).

3. Інструкція про порядок виявлення у водіїв транспортних засобів ознак алкогольного, наркотичного чи іншого сп'яніння або перебування під впливом лікарських препаратів, що знижують увагу та швидкість реакції: затв. наказом М-ва внутрішніх справ України, М-ва охорони здоров'я України від 09.11.2015 р. №1452/735. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1413-15> (дата звернення: 20.09.2021).

4. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 213 - 330): Закон України від 07.12.1984 р. №80732-X URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80732-10> (дата звернення: 20.09.2021).

5. Час виведення алкоголю з організму: коли можна сідати за кермо? То є Львів: веб-сайт URL: <https://inlviv.in.ua/suspilstvo/chas-vyvedennya-alkogolyu-z-organizmu-koly-mozhna-sidaty-za-kermo> (дата звернення: 04.09.2021).

6. Європейська угода, що доповнює Конвенцію про дорожній рух, відкриту для підписання у Відні 8 листопада 1968 року URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_866 (дата звернення: 04.09.2021).

7. Який вміст алкоголю допустимий для водіїв в різних країнах Погляд: веб-сайт URL: <https://pogliad.ua/ru/news/life/auto/yakiy-vmist-alkogolyu-dopustimiy-dlya-vodiyiv-v-riznih-krayinah-365611> (дата звернення: 04.09.2021).

Щербінін М. Ю., здобувач вищої освіти, групи ЦГЮ-201
Національний університет «Чернігівська політехніка», maxshch2@protonmail.com
Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка», elena_8067@ukr.net

ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРИЧИН ПРОВЕДЕННЯ ПОЛІТИКИ «ВОЄННОГО КОМУНІЗМУ»

Внутрішня політика більшовиків 1918-1921 рр. увійшла в історіографію під назвою «воєнний комунізм» ще в роки її проведення.

Сучасна історична наука має два основні погляди щодо даної політики: відповідно до першого, «воєнний комунізм» розглядається як вимушені тимчасові заходи, що викликані громадянською війною та її реаліями, він був основним у радянській науці; прихильники другого підходу розглядають дану політику як цілеспрямовану спробу дійти до так званого «повного комунізму» швидкими командними методами, він став основним після розпаду радянської держави.

Метою даного дослідження є з'ясування, чим все ж таки був «воєнний комунізм».

Початком і складовою даної політики була так звана «червоногвардійська атака на капітал» - комплекс соціально-економічних заходів проведених більшовиками в 1917-1918 рр. [1, с. 253]. «Атака на капітал» розпочалася з захоплення більшовиками 7 листопада 1917 року Державного банку, в подальшому декретами РНК були ліквідовані державні земельні банки [2, с. 48] та введена державна монополія на банківську справу [2, с.149-150]. Націоналізація банків підкріплювалась конфіскацією грошових коштів та заощаджень населення, якщо вони перевищували суму в 5000 рублів та були нажиті «нетрудовим шляхом». Для неконфіскованих вкладів було ліміт на отримання коштів в 500 рублів на місяць, але швидкий ріст інфляції, звів цю суму нанівець.

Паралельно з банківським сектором проводилася тотальна націоналізація промисловості, яка була проведена всього за декілька років. Так, за даними загального перепису 1920 року, під контролем держави знаходилися практично всі великі державні підприємства, в основному була націоналізована середня промисловість і частково – дрібна [3].

Управління величезною кількістю одержавлення здійснювалося вкрай централізовано. Для управління промисловістю була створена Вища рада народного господарства. Утворилася система, яка відома під назвою «главкізм» [4, с. 110]. Але, очевидно, що ця система була не ефективною, оскільки нормально управляти такою кількістю підприємств з одного центру, на той час, було неможливо.

Як елемент «воєнного комунізму» більшовики широко використовували заходи позаекономічного примусу. Так, спочатку, трудова повинність була введена лише для «буржуазних елементів» [2, с. 1003-1006], але, в подальшому, Кодексом про працю була введена трудова повинність для всіх громадян [5], декретами РНК було введено заборону на добровільну зміну роботи, заборону прогулів і введено жорстку трудову дисципліну на підприємствах [6], все працездатне населення дозволялося залучати до виконання різних трудових завдань, незалежно від постійної роботи [7, с. 58-59]. Набула поширення система неоплачуваного труда у вигляді «суботників» та «недільників».

Більшовики продовжили і посилили хлібну монополію та продрозкладку запроваджену попередніми урядами. Так, Декретами ВЦВК і РНК, окрім підтвердження хлібної монополії, були встановлені основні елементи системи «продовольчої диктатури», за якої селяни не мали права вести торгівлю товарами першої необхідності та продовольством, повинні були здавати так звані «хлібні залишки державі» за чітко встановленою ціною. Ціна була нерівномірною, оскільки, як зазначає Ковальов Д. В., «в 1919 році знеціненими грошима або промисловими товарами компенсувалась тільки 1/2 реквізованого зерна, в 1920 – менше 20 відсотків» [8]. Після виходу Декрету РНК від 11.01.1919 продовольча диктатура проводилась разом з продрозкладкою, що була розширена [6, с. 12-13]. Керівництво даними процесами здійснювалося Народним комісаріатом

продовольства, який отримав надзвичайні повноваження. Була створена «Продовольча армія», яка здійснювала продовольчо-реквізиційні функції. За невиконання норм поставки в строк, знайдене у селян продовольство примусово відчужувалось, а селян, які його укривали, засуджували до позбавлення волі та конфіскації майна.

Була введена система продовольчих пайків, обсяг видачі яких співвідносився по групах як 4:3:2:1 за «класовим принципом».

Радянська влада активно проводила політику з повної ліквідації приватної власності на засоби виробництва не лише буржуазії і поміщиків, а й дрібних землевласників, які використовували родинну працю, як правило, не використовуючи, найманих робітників. перетворювала селян на таких же працівників державних підприємств як і промислові робітники. Так, Положення ВЦК РСФСР «Про соціалістичний землеустрій і про заходи переходу до соціалістичного землеробства», встановило, що вся земля є власністю держави і дало початок активному створенню радгоспів, колгоспів, артілей, комун в «добровільно-примусовому» порядку [6, с. 55-69], фактично, розпочалася колективізація. Цілком очевидно, що селянам дана ініціатива не прийшла до душі, вони не охоче включалися в процес усупільнення. Вже в 1920 році, виникла небезпека колапсу економіки внаслідок продрозкладки, тому уряд видав декрет, за яким держава відмовилась від негайного запровадження колективних господарств, доповнюючи розкладку селянської продукції, розкладкою посіву землі [9, с. 9-13].

Наслідки воєнного комунізму можна охарактеризувати одним словом - «катастрофа». Змістовно їх підбив Зубов А. Б. у своїй книзі. Так, населення міст суттєво скоротилося, особливо великих: у Петрограді – на дві треті, у Москві – на одну третю, а 12 губернських міст втратили майже половину населення. Він пояснює це, втіканням людей у села, еміграцією, голодом та хворобами. Політика «воєнного комунізму» призвела до гіперінфляції і фактичному скасуванню грошей: «в 1921 р. 50 тис. рублів дорівнювали 1 довоєнній копійці, і ряд товарів і послуг Наркомпродові простіше було розподіляти безкоштовно, але того, що можна було розподіляти, ставало все менше». Конфіскація товарів «куркулів» і заохочення бідняків, призвело до того, що стало вигідно бути бідняком і вирошувати лише необхідний для виживання мінімум. Різко скоротилися посівні площі, поголів'я худоби і птиці, кількість сільськогосподарської продукції. Вкрай централізоване керівництво промисловістю, призвело до того, що продуктивність праці впала в 4 рази в порівнянні з довоєнною, а кількість промислових робітників скоротилося майже наполовину. Економіка була натуралізована, були зруйновані всі господарські зв'язки, в країні бушував голод. Смертність перевищила народжуваність в три-чотири рази: «у 1913 р. в Петербурзі на тисячу жителів було 26,4 народжень і 21,4 смертей (81%), в 1919 р. - 15,5 народжень і 81,7 смертей (527%). За перші чотири місяці 1920 р. число смертей на тисячу жителів досягло 90» [10, с. 632-633]. Тобто, станом на 1921 рік, країна була розорена.

Отже, політика «воєнного комунізму» привела до крайньої, масштабної націоналізації, до встановлення державної монополії на велику кількість продуктів сільського господарства, до продрозкладки, заборони приватної торгівлі та згортання товарно-грошових відносин. Перемога над «Білим» рухом в 1919 році не послабила політику «воєнного комунізму», а навпаки посилила її, тому такі заходи в цілому дійсно можуть відповідати комуністичній ідеології.

Перелік посилань

1. Орлов, А. С., Георгиева, Н. Г., Георгиев, В. А. Исторический словарь [Текст] / А. С. Орлов. – М., 2012. – 592 с.
2. Собрание узаконений и распоряжений правительства за 1917-1918 гг. Управление делами Совнаркома СССР [Текст]. – М. 1942. – 1482 с.
3. Всеобщая перепись 1920 года, демографическо-профессиональная и сельскохозяйственная, с учетом промышленных предприятий [Текст]. – М.: 4-я Гос. тип., 1920. – 63 с.

4. Мовчан, О. М. «Главкізм» [Текст] // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. – К.: Наукова думка, 2004. – Т. 2: Г-Д. – 518 с.
5. Собрание Узаконений и Распоряжений Рабочего и Крестьянского Правительства РСФСР [Электронный ресурс]. – 1918; - № 87-88. – Ст. 905. – Режим доступа: <http://istmat.info/node/31919>.
6. Собрание узаконений и распоряжений правительства за 1919 г. Управление делами Совнаркома СССР [Электронный ресурс]. – М. 1943. – Режим доступа: <http://istmat.info/node/35450>.
7. Собрание узаконений и распоряжений правительства за 1920 г. Управление делами Совнаркома СССР [Текст]. – М. 1943. – 817 с.
8. Продовольственная диктатура / Д. В. Ковалёв // Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю.С. Осипов [Электронный ресурс]. – М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2019. – Режим доступа: https://bigenc.ru/domestic_history/text/3179159
9. Собрание узаконений и распоряжений правительства за 1921 г. Управление делами Совнаркома СССР [Текст]. – М., 1944. – 1207 с.
10. История России. XX век. Как Россия шла к XX веку. От начала царствования Николая II до конца Гражданской войны (1894– 1922) [Текст] /Под ред. А. Б. Зубова. – М.: Издательство «Эксмо», 2016. – Т. I. – 992 с.

Яцина В. В., студентка групи КЮ-211

юридичний факультет

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Науковий керівник: Козинець О. Г., канд. іст. наук, доцент

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ПРИНЦИП ПОДІЛУ ВЛАДИ: СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ

У сучасних суспільно-політичних умовах питання щодо принципу поділу влади є актуальним, оскільки законодавство України постійно вдосконалюється, у органів кожної гілки влади змінюються повноваження, а проблема влади – одна із гострих проблем для будь-якої сучасної держави.

Засновником принципу поділу влади вважають французького просвітника Ш.Л. Монтеск'є (1689-1755). Уперше принцип поділу влади був закріплений у Конституції США 1787 р., Декларації прав людини і громадянина 1789 р. Франції.

Принцип поділу влади закріплений у Конституції США, вважається класичним. За основу була взята теорія Ш. Л. Монтеск'є про поділ влади та розроблена складна система стримувань та противаг. У Конституції США від самого початку зроблено акцент не на соціальний, а на організаційний, так званий техніко-правовий, аспект розподілу повноважень між Конгресом, Президентом та Верховним судом [1, с.166-167].

Однак, на думку деяких українських дослідників, перше джерело права, що встановило ідею поділу влади, – це Конституція Пилипа Орлика, видана 5 квітня 1710 року [2].

Суть принципу поділу влади полягає в поділі влади на три гілки, які повинні бути незалежними одна від одної. Якщо влада буде зосереджена в одному державному органі влади чи в руках однієї особи, це може стати причиною узурпації влади. Фактично, відносно незалежними можна вважати лише органи судової влади, оскільки органи виконавчої влади виконують закони, прийняті Парламентом, що є органом законодавчої влади.

У сучасній юридичній науці є думки щодо верховенства законодавчої влади, адже саме закони, котрі видаються органами законодавчої влади, є базисом для функціонування інших гілок. Однак верховенство закону, яке обмежене конституцією, не можна порівнювати з верховенством законодавця. Законодавчу владу не можна вважати верховною, оскільки при поділі державної влади немає ієрархії владних гілок, а система стримувань і противаг дозволяє главі виконавчої влади, інколи главі держави та суду конституційної юрисдикції контролювати законодавця (відкладене вето, визнання закону неконституційним тощо) [3, с. 9].

Водночас поділ державної влади не потрібно розуміти як протистояння різних владних гілок. Усі гілки влади мають взаємодоповнювати одна одну, між собою зберігати необхідний зв'язок і взаємоузгодженість під час прийняття рішень. Виконавча влада має формуватися представницькими органами, бути підконтрольною і підзвітною їм, діяти на основі, в межах і для виконання законів. Стимування виконавчої влади досягається завдяки її підзвітності і відповідальності перед народним представництвом. Йдеться про політичну відповідальність, що забезпечується за допомогою вотуму недовіри. Вагоме значення в боротьбі зі зловживанням виконавчою владою має також інститут імпічменту. Таким чином, створюється так званий політичний організм, який може принести найбільше користі для всього суспільства загалом та для кожного окремого громадянина [4, с. 73].

Реалізація принципу поділу влади має декілька аспектів: інституційний, функціональний і суб'єктний аспект. Інституційний аспект передбачає, що при поділі влади відбувається створення самостійних владних інститутів у межах державного апарату, таких як глава держави, орган законодавчої влади, система органів виконавчої влади та незалежна судова система. Функціональний аспект полягає в тому, що інститути влади певної владної гілки мають самостійні повноваження, можуть здійснювати одну конкретну функцію; їх повноваження не мають бути конкурентними чи перетинатися. Це є перешкодою для втручання однієї гілки влади у повноваження іншої. Суб'єктний аспект вказує на те, що організований політичний суб'єкт чи одна й та сама не можуть разом бути представниками різних гілок державної влади [2].

Поділ влади на три гілки диктується необхідністю, по-перше, чітко визначити функції, компетенцію і підстави відповідальності основних органів управління в державі, по-друге, забезпечити державним органам змогу контролювати одне одного на конституційній основі, по-третє, унеможливити зловживання владою. Цей перелік не є вичерпним, оскільки стосовно причин і підстав поділу влади на гілки є велика кількість різних позицій у наукових колах та на доктринальному рівні [5, с. 10].

Таким чином, принцип поділу влади включає в собі не тільки поділ гілок державної влади на законодавчу, виконавчу та судову, а й дає можливість розмежувати повноваження між державними органами різних гілок влади, чим зумовлює взаємоконтроль між ними та неможливість узурпування державної влади.

Перелік посилань

1. Козинець, О. Г., Пророченко, В. В. Становлення і розвиток теорії поділу влади в історії світової політико-правової думки [Текст] / О. Г. Козинець, В. В. Пророченко // Підприємництво, господарство і право. – 2020. - №1. – С. 165-169.
2. Принцип поділу влади: сутність та значення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pomichnyk.org/publikatsiji/pryntsyup-podilu-vlady-sutnist-ta-znachennya.html>.
3. Процюк, І.В. Поділ державної влади: сутність і зміст [Текст] / І. В. Процюк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція. – 2015. – Вип. 15. – С. 8–12.
4. Процюк І.В. Поділ та єдність державної влади [Текст] / І. В. Процюк // Державне будівництво та місцеве самоврядування. – 2007. – Вип. 14. – С. 70-76.
5. Алексеенко, І. Взаємодія гілок влади як чинник розвитку форми правління в сучасній Україні [Текст] / І. Алексеенко // Політичний менеджмент. – 2011. - № 1. – С. 8–16.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ
СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА»
(НТСС-2021)**

**II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

(м. Чернігів, 17 грудня 2021 р.)

**Тези доповідей
Частина II**

Відповідальний за випуск Ю. О. Денисов
Комп'ютерна верстка і макетування О. С. Смєлова, А. С. Рєвко

АДРЕСА ОРГКОМІТЕТУ:

*Національний університет "Чернігівська політехніка",
кафедра Електроніки, автоматики, робототехніки та мехатроніки
14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95, корп. 4, кімн. 21, тел.: (0462) 665-185
e-mail: ntss@inel.stu.cn.ua; web: http://inel.stu.cn.ua/ntss/*

Підписано до друку 20.12.2021. Формат 60×84/16.
Умов. друк. арк. – 17,79. Тираж 100 пр. Замовлення № 51/21/1.

Редакційно-видавничий відділ Національного університету "Чернігівська політехніка"
14035, Україна, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,
виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 7128 від 18.08.2020 р.