

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА
ІМ. ПРОФ. І.М. БРЮХОВЕЦЬКОГО**

**МАТЕРІАЛИ
І ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-
ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«Організаційно-економічні проблеми
післявоєнного відновлення
суб'єктів підприємництва в Україні»**

(16 - 17 травня 2024 р., м. Суми)

Рекомендовано до друку науково-координаційною радою Сумського національного аграрного університету (протокол № 10 від 24.05.2024 р.)

Редакційна рада:

Ладика В.І., академік НААН України
Данько Ю.І., д.е.н., професор
Пасько О.В., к.е.н., доцент

Редакційна колегія:

Терещенко С.І., д.е.н., професор
Щербак В.Г., д.е.н., професор
Строченко Н.І., к.е.н., професор

Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Організаційно-економічні проблеми післявоєнного відновлення суб'єктів підприємництва в Україні» (16-17 травня 2024 р.). Суми, 2024. 59 с.

У збірку увійшли тези доповідей I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Організаційно-економічні проблеми післявоєнного відновлення суб'єктів підприємництва в Україні»

© Сумський національний
аграрний університет, 2024

Секція 1. Соціально-економічні процеси в умовах сталого розвитку

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ

Воліна Олександра,
здобувачка вищої освіти ОС «Бакалавр»,
кафедра економіки та підприємництва
Сумський національний аграрний університет
Науковий керівник:
Пилипенко Вячеслав Валентиневич,
к.е.н., професор,
кафедра економіки та підприємництва
Сумський національний аграрний університет

Економічна безпека є критично важливою для забезпечення суверенітету, територіальної цілісності та незалежності будь-якої країни. Це ключовий елемент, який впливає не лише на здатність держави самостійно приймати рішення, але й на її стабільність у міжнародному контексті. Розробка і впровадження ефективної системи економічної безпеки є вирішальним для підтримання і посилення соціально-економічного розвитку країни. Така система дозволяє адаптуватися до зовнішніх загроз та внутрішніх викликів, забезпечуючи стабільне зростання та благополуччя населення [1]. Економічна безпека України в умовах війни є ключовим фактором національної стабільності та розвитку. Зіткнення з військовими діями, втрати територій та природних ресурсів, економічні санкції, збільшення військових витрат, зниження інвестиційної привабливості, зростання економічної нестабільності — усе це створює низку складних викликів і загроз для економіки країни. Важливо підкреслити, що економічна безпека не лише визначає рівень стабільності економіки країни, але й має прямий вплив на соціальні процеси, політичну ситуацію та загальний розвиток країни. Внаслідок збільшення військових витрат та втрати контролю над певними територіями, Україна зазнала значного зниження обсягів іноземних інвестицій, що прямо позначилося на економічній активності та розвитку країни. Згідно з дослідженнями, економічна нестабільність, спричинена конфліктом, призвела до збільшення рівня безробіття та зменшення доходів населення на 15% протягом останніх років. Тому розуміння та вирішення проблем економічної безпеки України стає важливою складовою національної стратегії, спрямованої на забезпечення сталого розвитку та добробуту населення. Військові дії значно підірвали економічний потенціал держави, поставивши перед нею серію складних викликів та загроз. Вплив військових дій на економіку став більш відчутним через зосереджені атаки на ключову інфраструктуру країни. Фінансові ресурси населення та бізнесу стають все більш обмеженими, економічні дисбаланси, що сформувались під час конфлікту, продовжують наростати. Використання ворогом різних гібридних методів впливу також поглиблює ці проблеми, що веде до збільшення економічних труднощів у воєнний час [2].

У рамках дослідження, проведеного експертами Національного інституту стратегічних досліджень та залученими зовнішніми експертами, було оцінено та актуалізовано 50 загроз, що впливають на різні аспекти економічної безпеки України. Аналіз покрит макроекономічні, фінансові, інвестиційно-інноваційні, виробничі, зовнішньоекономічні, соціальні та продовольчі сектори (рис.1).

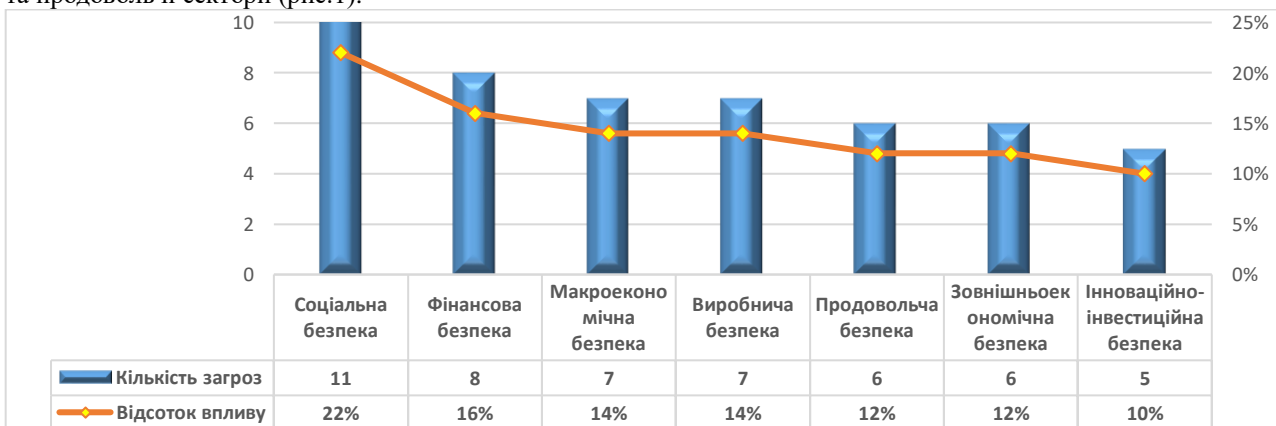


Рис. 1. Розподіл викликів і загроз економічній безпеці, визначений експертами, за складовими частинами
*побудовано автором за даними НІСД [2]

Результати показали, що найбільший вплив на економічну безпеку мають фактори, пов'язані з триваючими військовими діями, які зумовлюють значні збитки макроекономічній стабільності та інфраструктурі. Фактори соціальної безпеки набувають ключового значення для економічної стабільності через очікуване погіршення соціально-економічного становища вразливих верств населення, зокрема через втрату можливостей зайнятості та руйнування житла та інфраструктури. Серед виробничих та фінансових ризиків важливе місце займають проблеми диверсифікації ринків та надійності фінансових інституцій. Інвестиційно-інноваційна сфера страждає від недостатнього фінансування та інвестицій, що гальмує технологічний розвиток. Зовнішньоекономічна безпека залишається уразливою через залежність від імпорту та експортних ринків. Також серйозні виклики існують у соціальній сфері, де збільшення безробіття та проблеми з соціальним захистом населення підсилюють соціальну напругу [2].

Втрата територій та природних ресурсів значно обмежила економічні можливості України, призвівши до зниження виробничих потужностей та втрати контролю над значними природними ресурсами. Це призвело до необхідності перегляду

стратегій використання наявних ресурсів та пошуку альтернативних джерел сировини та енергії. Втрачені території були важливими для національної економіки, які забезпечували значний внесок у виробництво та експорт. Це призвело до збитків у промисловості, сільському господарстві та інших сферах. Крім того, втрата природних ресурсів, таких як вугільні родовища на Донбасі, суттєво позначилася на енергетичній та промисловій сферах, збільшуючи залежність країни від імпорту та потребуючи перегляду енергетичної політики та стратегій розвитку. Збройні втрати та військові витрати вимагають значних фінансових ресурсів, які могли бути використані для економічного розвитку країни. Збільшення державних витрат на оборону негативно впливає на бюджет і обмежує можливості фінансування соціальної сфери та інфраструктури, змушуючи нас знаходити баланс між потребами в обороні та соціальними програмами. Це також призводить до зростання державного боргу та погіршує фінансову стабільність країни в цілому, що подальшим чином може спричинити зростання економічної нестабільності та зниження інвестиційної привабливості, що ускладнює залучення зовнішніх інвестицій та співпрацю з міжнародними фінансовими організаціями. Міграція населення та соціальні витрати, пов'язані з вимушеними переселенцями та постраждалими від війни, створюють додаткове навантаження на соціальні системи, зокрема освіту, охорону здоров'я та соціальний захист. Також це може призвести до змін на ринку праці, а також може негативно позначитися на розвитку та конкурентоспроможності економіки, через міграцію кваліфікованих працівників. Ці соціальні виклики потребують додаткових ресурсів та ефективних стратегій, спрямованих на інтеграцію переселенців у нові умови та забезпечення їхнього соціального захисту і реабілітації. Корупція та недієздатність інститутів ускладнюють процес відновлення економіки та реалізацію необхідних реформ, зменшуючи ефективність державного управління та сприяння економічному розвитку. Корупція може призвести до величезних економічних втрат через неправильне використання ресурсів, завищення вартості проєктів та інші форми відмивання грошей, а також знизити рівень інвестиційної привабливості країни, оскільки інвестори можуть уникати ризиків, пов'язаних з корупцією. Ці проблеми вимагають ретельного аналізу та впровадження ефективних антикорупційних стратегій та реформ, спрямованих на зміцнення правової системи, підвищення прозорості та відповідальності в управлінні державними ресурсами.

З метою забезпечення економічного розвитку та зростання економічної самодостатності необхідно розробити та впровадити стратегії відновлення втрачених територій та природних ресурсів внаслідок військових дій. Повинна проводитись активна політика диверсифікації джерел постачання енергії та розвитку альтернативних джерел енергії для зменшення залежності від зовнішніх постачальників. Необхідне зосередження зусиль на розвитку внутрішніх ринків та підтримці власного виробництва для зменшення впливу зовнішніх економічних санкцій. Також треба проведення аналізу та оптимізація витрат на оборону з метою ефективного використання ресурсів та забезпечення економічної стабільності. Важливою є розробка та впровадження стимулів для залучення інвестицій в економіку країни, програм реінтеграції для повернення мігрантів, які набули додаткових навичок чи освіти, з метою використання їхнього потенціалу для розвитку економіки країни, антикорупційних програм, які спрямовані на підвищення свідомості, освіту та відповідальність серед чиновників та громадян тощо. А запровадження незалежних органів, які відповідатимуть за розслідування корупційних справ та захист прав громадян, може забезпечити більш ефективну боротьбу з корупцією на всіх рівнях влади. У цих умовах, важливо також розглянути можливості розвитку інноваційних технологій у виробництві, стимулювання малих і середніх підприємств, а також залучення міжнародних інвестицій та фінансової підтримки для відновлення та модернізації інфраструктури. Такі заходи сприятимуть створенню нових робочих місць та зростанню економічного потенціалу країни, забезпечуючи стабільність та конкурентоспроможність економіки в умовах військових загроз.

Україна знаходиться в складній ситуації, пов'язаній з військовими конфліктами, територіальними втратами, економічною нестабільністю та загрозами економічній безпеці. Розвиток програм реінтеграції для мігрантів, стратегічне планування щодо диверсифікації джерел енергопостачання, оптимізація витрат на оборону та розвиток антикорупційних заходів можуть сприяти покращенню економічної ситуації та забезпечити стійкий економічний зріст. Зусилля, спрямовані на реалізацію цих стратегій та заходів, є кроком у напрямку побудови сильної та процвітаючої країни, яка здатна впевнено крокувати в майбутнє, незважаючи на виклики, що постають перед нею.

Список використаних джерел

1. Штулер І. Воєнно-економічна безпека України в сучасному геополітичному просторі. *Збірник наукових праць*. 2016. №2 (17). С. 207. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/22534/1/%D0%B2%D0%BE%D1%94%D0%BD%D0%BD%D0%BE-%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%20%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.pdf> (дата звернення 04.05.2024).
2. Актуальні виклики та загрози економічній безпеці України в умовах воєнного стану. *Національний інститут стратегічних досліджень*: [сайт]. URL: <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analitichni-dopovidi/aktualni-vyklyky-ta-zahrozy-ekonomichniy-bezpetsi-ukrayiny-v> (дата звернення 04.05.2024)

ЩОДО МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ ОКРЕМИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Зеленська Марина,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра публічного управління та адміністрування
Сумський національний аграрний університет

Валова і товарна продукція сільськогосподарського підприємства мають одну базу – кількість продукції, але різну економічну оцінку, яка в першому показнику визначається через витрати на виробництво або порівняльну (співставну) ціну, а в другому – через застосування середньореалізаційних цін.

Виробництво валової продукції характеризує в більшій мірі динаміку розвитку виробництва і залежить в основному від внутрішньогосподарських чинників організації і управління, та ризики пов'язані із природно-кліматичними умовами, але які можуть впливати на зміну врожайності сільськогосподарських культур.

Виручка, яка виражає поточну ринкову вартість реалізованої продукції відображає обсяги продажів і сприятливості кон'юнктури товарного ринку, являючись показником не лише ефективності діяльності підприємства, а і його конкурентоспроможності і фінансової стійкості. Вироблена і товарна продукція є взаємодіючими факторами формування суми товарообігу, а саме збільшення обсягів виробництва, оптимізація рівня товарності, покращення структури сізовміни сприятиме збільшенню обсягів реалізованої продукції.

Однак вирішальним чинником суми виручки є ціна продукції. Вартість сільськогосподарської продукції може змінюватися від попиту і пропозиції на ринку, від ефективності стратегії ціноутворення і маркетингової стратегії підприємства, державної регуляторної політики і інших чинників не контрольованих підприємством.

Все це обумовлює різницю як в абсолютній вартості валової і товарної продукції сільськогосподарського підприємства, так і в тенденціях динамічних змін. Однак більшість економічних показників визначаються в розрахунку від суми валової продукції, що не завжди сприяє релевантному та об'єктивному аналізу результативності діяльності та в питаннях прийняття управлінських рішень щодо сприяння підвищенню ефективності використання наявних ресурсів підприємства.

Це стосується і визначення ефективності використання праці в сільськогосподарському підприємстві. Основними показниками ефективності використання трудових ресурсів є виробництво валової і товарної продукції на одного середньорічного працівника. Приклад розрахунку проведемо на основі даних ПСП «Обрій» Сумського району Сумської області (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка прямих показників продуктивності праці

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р., ±	
				Абсолютне, одиниць	Відносне, %
Виробництво валової продукції – всього, тис. грн.	21238,6	19335,8	11083,3	-10155,3	-47,8
Обсяг товарної продукції – всього, тис. грн.	100526,9	106593,2	81033,9	-19493,0	-19,4
Припадає на 1 середньорічного працівника:					
- валової продукції, тис. грн.	303,4	293,0	217,3	-86,1	-28,3
- товарної продукції, тис. грн.	1436,1	1615,0	1588,9	+152,8	+10,6

Аналіз показників продуктивності праці показав, що найвищий рівень виробництва валової продукції в розрахунку на одного середньорічного працівника був досягнутий відповідно в 2021 і в 2022 році.

Показники продуктивності, визначені від виробництва валової продукції мають тенденцію за період дослідження до зниження.

Темпи зменшення товарної продукції нижчі темпів зменшення валового виробництва, що обумовило зворотні тенденції показника товарної продукції в розрахунку як на 1 середньорічного працівника, так і відпрацьований людину-день. Найвищий показник виділяється в 2022 році, а відхилення 2023 року від 2021 року складає відповідно +9,1 та 15,7 %.

Обернені показники продуктивності праці мають і зворотні тенденції до результатів попереднього аналізу.

Трудомісткість виробництва валової продукції зросла на 33,5 %, а товарної – зменшилась на 13,8 %.

Розглядаючи заробітну плату не як частину сумарних операційних витрат, а як ціну робочої сили, яка прямо залежить від трудового внеску кожного працівника необхідно розглянути взаємозалежність між темпами росту заробітної плати і продуктивності праці.

Аналіз рівня заробітної плати в вартості виробництв валової продукції і товарної продукції мають як різні показники за значимістю, так і за тенденціями зміни в динаміці.

Так, питома вага заробітної плати в вартості виробленої продукції коливається від 15 до 58 %% і має тенденцію до зростання, а питома вага витрат на оплату праці в вартості товарної продукції значно нижча (в середньому за 3 роки 8 %) і характеризується спадаючою тенденцією.

Для визначення тенденції зміни рівня продуктивності праці і зарплатомісткості в сумарній величині валової продукції і суми товарообігу необхідно застосовувати інтегральні коефіцієнти, оскільки тенденції зарплатомісткості валової і товарної продукції мають протилежні тенденції.

В якості інтегрального показника можна запропонувати показник, який буде розрахований як корінь квадратний із

добутку відповідних індексів.

Таблиця 2 – Динаміка рівня зарплатомісткості продукції ПСП «Обрій»

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р., ±	
				Абсолютне, одиниць	Відносне, %
Середня оплата праці одного працівника в розрахунку за: - 1 рік, тис. грн.	137,6	127,7	127,7	-9,9	-7,2
- 1 місяць, грн.	11466,7	10638,9	10644,4	-822,3	-7,2
- людино-день, грн.	600,9	610,8	583,3	-17,6	-2,9
- людино-годину, грн.	75,1	76,4	72,9	-2,2	-2,9
Зарплатомісткість продукції: - валової продукції, тис. грн.	45,3	43,6	58,8	+13,5	+29,8
- товарної продукції, тис. грн.	9,6	7,9	8,0	-1,6	-16,6

Ринково-виробничі чинники формування системи оплати праці передбачають відображення взаємозв'язку між виробничим процесом і ринковим середовищем. Зарплатомісткість продукції відображає в певній мірі ці залежності і ефективність адміністративного управління.

Список використаних джерел

1. Крилова І.Г., Данилов М.В. Ефективність праці як важливий фактор людського розвитку. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 109-115. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-17). (дата звернення: 15.03.2024).

ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: НАПРЯМИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**Кириленко Олена**

здобувачка вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
кафедра агротехнологій та природокористування
Сумський національний аграрний університет,
викладач правових дисциплін
ВСП «Путівльський фаховий коледж
Сумського НАУ»

Всесвітня туристична організація World Tourism Organization, UNWTO (спеціальна міжурядова установа системи ООН) вважає актуальною проблему застаріння стандартних методів і форм проведення екскурсій, а також вважає за необхідне пошук нових ідей і розроблення нових інноваційних підходів до екскурсійно-дозвілєвої діяльності для посилення інтересу потенційних споживачів, а також для інформаційної та культурної освіти соціуму [2, с.20].

В сучасних наукових розвідках з проблеми нашого дослідження [1; 3; 4] інновації в екскурсійній діяльності розуміють як нові за тематикою та формою екскурсії, анімаційні програми, інтегровані в екскурсійні маршрути, нові підходи до розроблення й удосконалення екскурсій, нові методичні прийоми й технології, які використовують екскурсоводи. Інноваційний процес – це єдність наукових, технологічних, організаційних, економічних, комерційних заходів, у результаті яких відбувається створення інноваційного продукту. Таким чином, інноваційними можуть бути як удосконалені класичні, так і впроваджені в практику нові екскурсії та послуги. Екскурсійний продукт (екскурсію, екскурсоводський тур) можна назвати інноваційним за умови використання новітніх технологій, конструктивно нових прийомів і методів його створення та впровадження. У розробленні інноваційного екскурсійного продукту може брати участь досить широке коло осіб: маркетологи, фахівці з реклами, професійні екскурсоводи, фахівці з різних галузей науки та сфер культурної діяльності [4, с.166].

Розробка інноваційного екскурсійного продукту – це ретельно налагоджена організація процесу й правильно впорядкована система. Розроблення екскурсій з інноваційними елементами здійснюють, враховуючи флору, фауну, архітектуру та історію кожної окремої місцевості. Крім іншого, враховується:

- інтерес безпосередньо до певного виду туристичного продукту,
- стан інфраструктури туризму,
- наявність кваліфікованих кадрів у досліджуваній місцевості,
- ймовірність інвестування.

Для дотримання положення впорядкованості проводиться тривале маркетингове дослідження [1, с.14].

Фахівці турбізнесу виокремлюють декілька основних класифікаційних ознак інновацій в екскурсійній діяльності на сучасному етапі:

1. походження ідеї (запит потенційних туристів, нові наукові й технічні відкриття);
2. форма інновації (екскурсійний продукт, екскурсійні послуги, зміни в інфраструктурі гостинності);
3. масштаб поширення (область, край, регіон, країна, континент, світова система);
4. капіталомісткість (велика, середня, незначна) [2, с.24].

Інновації в проведенні екскурсій умовно поділяють на два основні напрями:

- з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, у т.ч. квест-екскурсій, костюмованих та іміджево-рольових екскурсій, новітніх музейних екскурсій, екскурсій для людей з особливими потребами тощо);
- з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, у т.ч. 3D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів, аудіогідів тощо).

У сукупності ці перелічені інновації сприяють успішному просуванню екскурсійних послуг на туристському ринку, вони дають перевагу одній екскурсії над іншою [2, с.26].

За останні кілька років успішних розробок було створено абсолютно нові за своєю формою та змістом екскурсії, а саме:

- для людей похилого віку. Суть цих заходів полягає в певному обсязі якісно опрацьованої та піднесеної інформації в мальовничих місцях, з цікавими експонатами та експозиціями [3, с.183];
- спеціалізовані екскурсійні маршрути для молодих людей, що у свій зміст включають відвідування таких місць, як: модні покази, перфоманси, молодіжні музичні фестивалі;
- екскурсії, розроблені для дітей, що у своєму змісті мають різноманітні анімаційні елементи;
- пригодницькі екскурсійні програми, повноцінні екскурсійні міські маршрути;
- екскурсійні програми, розроблені індивідуально для конкретного клієнта, що мають у своєму змісті всі вподобання і бажання туриста, для якого розроблено маршрут. Такого роду розробки мають великий потенціал і підходять під запити нинішнього споживача [4, с.169].

Нині найпопулярнішим видом екскурсійної програми є анімація, тобто «оживлення» різноманітних персонажів з історії, літератури, кінематографа та залучення слухачів екскурсії до запланованої діяльності, певного інтерактиву між споживачем і програмою. Анімаційною діяльністю в туризмі вважають створення й організацію проведення особливих програмних сценаріїв, які є основною або доповнювальною частиною всього екскурсійного маршруту.

Також набирають обертів і сучасні інтерактивні екскурсії, зокрема, серед дитячої аудиторії. Такі екскурсії в музейних стінах більше схожі на чарівну казку або веселу пригоду. Останнім часом набувають все більшої популярності віртуальні екскурсії, оскільки вони необхідні для допомоги людям з обмеженими можливостями, соціально незахищеним, студентам

тощо. Серед переваг віртуальних екскурсій слід виділити доступність, можливість огляду в будь-який час, варіанти багаторазової “участі” в екскурсії й перегляду текстової інформації, ефект присутності. Серед недоліків віртуальних екскурсій виділяють неможливість поставити питання в режимі реального часу, залежність від творців: неможливо побачити те, що не включено до екскурсії [5, с.49].

Заслужує на увагу також ще один вид перспективної інноваційної музейної екскурсії – Foodeкскурсія – це мультижанровий формат, який дає можливість відвідати цікаву виставку, почути небанальну екскурсію і випити філіжанку кави в музейній кав’ярні. Історія, культура і гастрономія об’єднані в рамках єдиного проєкту, що створює нові уявлення про музейне дозвілля [4, с. 169].

Слід зазначити, що інноваційні технології у туристичній галузі є вимогою сьогодення, і в свою чергу дозволяють не тільки підвищувати якість послуг, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси як для туристів, так і для власників туристичного бізнесу. В Україні є унікальна можливість створити необхідні умови для становлення туризму як високодохідної галузі економіки, потенціал якої недостатньо використаний. Успіх комерційної діяльності на ринку визначається, як привабливістю пропонованого туристичного продукту так і до підвищення іміджу виробника нових продуктів. Розробка та впровадження нових турів і вдосконалення існуючих туристичних продуктів є ефективним напрямом інноваційної діяльності.

Список джерел

1. Бардей О. І., Шоробура І.М. Специфіка організації інноваційної екскурсійної діяльності в Україні. *Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту*: матеріали VI Всеукраїнської наук.-практ. конф. Хмельницький: ХГПА., 2023. 250 с. С.13-16.
2. Мельник Н.В., Мельник А.В., Коцан Х.І. Інновації на ринку туристичних послуг як інструмент формування іміджу дестинації. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. Випуск 838, 2022. С. 20-27.
3. Пентякова А., Замятіна Н. В. Історичне краєзнавство як ресурсний потенціал розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Інновації в екскурсійній діяльності*. Чернівці, 2018. С. 182-185.
4. Сокол Т. Т., Плиська І. І. Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. *Вчені записки університету КРОК*. Серія: Економіка. 2017. №. 47. С. 165-170.
5. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі / К. О. Верес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitst>

ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТЕОРІЙ

Ковальова Ольга,

доцент кафедри економіки та підприємництва імені професора І.М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Сьогодні вже ні в кого не залишилося сумнів щодо ролі інновацій в розвитку підприємств, країн, національних економік та глобального світу в цілому. Визначна роль інновацій в розвитку економік значно проявилася вже на початку ХХ ст., коли науково-технічний прогрес в добувній, металургійній, машинобудівній та інших галузях почав набирати обертів. При відбудові країн після Другої світової війни орієнтир урядів на інновації дозволив швидко відбудувати країни та вивести деякі з них у світові лідери. Прикладом чому є Японія, яка за досить нетривалий період часу перетворилася з відсталого аграрної країни на одного з найпотужніших лідерів серед розвинених країн світу. Поясненням є те, що уряд цієї країни зробив ставку на інновації та розвиток високотехнологічних галузей економіки. Отже, вивчення основних аспектів інноваційного розвитку є важливим у підготовці студентів економічних спеціальностей.

Визначення інновацій наведено в Законі України «Про інноваційну діяльність», згідно якого інноваціями є «новостворені (застосовані) і (або) удосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [2].

І іншому літературному джерелі наведено наступне визначення інновації, як «кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав утілення у вигляді введеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності, або нового підходу до соціальних послуг» [3]. На нашу думку дане визначення більш точно відображає сутність «інновацій», оскільки визначає, що інновація – це не просто новий продукт чи технологія, а саме той продукт чи технологія, яка знайшла своє практичне застосування, тобто впроваджена у виробничий процес або це новий товар, який введено на ринок і представлено споживачам. Тобто за своєю сутністю інновація є нововведенням, що й зазначено в останньому твердженні.

Становлення інноваційних теорій пройшло значний період становлення. Огляд основних теорій представлено в даній праці.

Розроблення теорії циклів почалось із середини ХІХ ст., коли англійський учений Х. Кларк звернув увагу на 54-річний розрив між двома економічними кризами. Однак, більшість вчених початок становлення інноваційних теорій пов'язують появою теорій циклічних криз К.Маркса. Від тоді дуже багато закордонних та вітчизняних вчених присвятили свої дослідження інноваціям та з'ясуванню причин циклічності та ролі інновацій в подоланні криз, а також визначенню взаємозв'язку інновацій з економічним розвитком.

Існуючі інноваційні теорії об'єднані в декілька групи, основні з яких будуть далі розглянуті.

Першою групою є «*Теорії циклічного економічного розвитку*».

Першою в цій групі є *теорія циклічних криз*, сформульована в 60-х р. ХІХ ст. К. Марксом. Піднесення і спади в економічному розвитку він пояснював матеріальними чинниками. Маркс доводив, що матеріальною основою циклічного руху економіки є середній термін життя основного капіталу, вкладеного в засоби виробництва (на той час 10-13 років). На його думку, на економічні процеси впливають технічні відкриття. Засоби праці постійно вдосконалюються, тому кожен новий середньостроковий цикл – це новий ступінь науково-технічного прогресу і розвитку продуктивних сил. Маркс розрізняв екстенсивний і інтенсивний технічний прогрес. За екстенсивного розвитку збільшуються обсяги виробництва на базі старої техніки, за інтенсивного – масово впроваджуються нові види техніки. В обох випадках мають місце технічний прогрес і пов'язані з ним структурні зрушення в економіці. Маркс зауважив, що існують і цикли середньої тривалості, впродовж яких масово впроваджується нове обладнання, призначене для випуску нових видів продукції. Це є основою технічних революцій. Внаслідок них утворюються нові галузі економіки, підвищуються темпи накопичення капіталу і приріст виробництва. Однак при цьому технічні нововведення стають ординарними. Це призводить до уповільнення темпів виробництва, спричиняє тривалі періоди криз і депресій. Технічний прогрес не припиняється, а зосереджується на працездатних нововведеннях, наслідком чого є безробіття. Це вимагає змін у технічному способі виробництва. Так завершується цикл економічного розвитку.

Наприкінці ХІХ ст. про існування довгострокових коливань писав і видатний український економіст М. І. Туган-Барановський, який, розглядаючи промислові кризи у Великій Британії, довів, що циклічність економічного розвитку визначається обмеженістю позичкового капіталу та нестачею ресурсів. Отже, для зростання слід шукати нові джерела ресурсів та коштів. Передумови для розуміння значення інновацій у виході з економічних криз випливають із наголошення М. І. Туган-Барановським на безпосередній важливості коливань інвестицій у зміні фаз промислового циклу [1].

Теорія довгих хвиль Кондратьєва, автором якої є М. Д. Кондратьєв, який сформував цю теорію у 20-ті роки ХХ ст. З метою обґрунтування існування великих циклів він проаналізував статистичні дані Великої Британії, Франції, Німеччини, США за період 1780-1920 років. Зокрема, статистичні показники щодо динаміки цін, заробітної плати, вартості позичкового капіталу, зовнішньоторговельного балансу, виробництва основних видів продукції промисловості тощо. Проведені дослідження дали змогу стверджувати про циклічність з довжиною хвиль близько півстоліття.

За цією теорією, фазі піднесення кожного циклу передують значні зміни в економіці, які виявляються через розвиток техніки, виробництва, нових ринків. Треба також відзначити, що фаза піднесення не відбувається незалежно від соціальних питань - помічено, що ці періоди співпадають з періодами соціального збурення (страйки, революції тощо). Натомість стадія занепаду характеризується здебільшого активізацією інноваційної діяльності, створенням нових робочих місць, галузей виробництва, появою технологічних нововведень, що уможливають подолання кризових явищ [4].

Окрім довгих хвиль, М. Кондратьєв визначив також наявність середніх (10-15 років) і коротких (3-5 років), які теж впливають на макроекономічні процеси.

Простежується чіткий взаємозв'язок між амплітудою коливання економічних циклів та різними чинниками кон'юнктури:

- зміни у попиті та пропозиції призводить до коротких хвиль,
- переливання капіталу в нове обладнання призводить до середніх хвиль,
- глобальні зміни виробничих технологій, сировинної бази, енергетичних питань спричиняє довгі хвилі. Саме у цей період відбуваються науково-технічні винаходи, відкриття, зміни технологій, які мають найсуттєвіший вплив на соціально-економічне життя суспільства [5].

Другою групою є «*Інноваційні теорії технологічних змін*»

Засновником найвідомішої «*Класичної теорії нововведень*», що входить до цієї групи, є австро-американський учений Й.А. Шумпетер, який розглядав технічну інновацію як економічний засіб, що застосовується підприємцями для підвищення прибутків. Тобто під інновацією він розумів комерціалізацію наукових відкриттів та нової інформації.

Найвагомішими досягненнями Шумпетера в становленні інноваційних теорій є:

1. Ввів термін «інновація».
2. Віддав визначальну роль для впровадження інновацій підприємцю.
3. Вчений виділив 5 типів інновацій:
4. Уперше диференціював інновації за групами - продуктові та технологічні. Відзначимо, що ідеї виявилися життєздатними, і понині (через 100 років) не втратили своєї актуальності.

5. Впровадив поняття базових і вторинних нововведень. Базова інновація реалізує винахід і створює передумови для формування нових технологій і провокує виникнення низки менш значних (вторинних) інновацій, які збираються у так звані "інноваційні пучки" – кластери. Кожна базисна інновація сприяє створенню нової галузі виробництва, яка послідовно проходить цикли розвитку від початкового періоду різкого зростання через стадію зрілості до поступового занепаду.

6. Розробив класифікацію хвиль, які мали місце в історії:

- 1) 1790-1840 – механізація праці в текстильній промисловості;
- 2) 1840-1890 – виникнення винаходу першого двигуна та розвитком залізничного транспорту;
- 3) 1890-1940 – глобальна електрифікація та розвиток чорної металургії;
- 4) 1940-1990 – розвиток нафтової промисловості та продуктів органічної хімії.

Його послідовники передбачили 5-ту хвилю, пов'язану з розвитком мікроелектроніки та комп'ютерної техніки та 6-ту хвилю – розвиток біотехнологій [3].

3-поміж теоретиків класичної теорії нововведень чільне місце посідає американський економіст, лауреат Нобелівської премії С. Кузнець. Основним внеском ученого можна вважати формування теорії будівельних циклів тривалістю 15-20 років, які він пов'язував переважно з демографічними процесами. Тобто вважав, що в бажанні підприємців інвестувати в нові види техніки чи товари не має ніякої закономірності, тобто інновації виникають випадково, під впливом зовнішніх обставин (демографічні зміни, нові відкриття, політичні зміни)

Атором *Неокласичної теорії нововведень* є німецький економіст Герхард Менш, який розвинув теорію Шумпетера. У книзі «Технологічний пат» він проаналізував появу 112 великих винаходів та 126 базових технічних нововведень, за допомогою яких винаходи було впроваджено у виробництво із середини XVIII ст. по 60-ті роки XX ст. Г. Менш підтвердив існування довгих хвиль економічної активності. За його підрахунками, збільшення потоку інновацій припадає на періоди початку спаду довгих хвиль, визначених М. Кондратьєвим. Він передбачив світову кризу 70-х рр. Г. Менш, на відміну від Кондратьєва та Шумпетера, вважав, що кожний довгий цикл має форму не відрізка хвилі, а S-подібної логістичної кривої. Ця крива описує траєкторію життєвого циклу певного технічного способу виробництва. На завершальній стадії старої технологічної бази виникає нова. Проте попередня S-подібна крива не плавно переходить у нову. Їх накладання породжує нестабільність. Момент зіткнення двох послідовних життєвих циклів і є «технологічним патом», або часом структурної перебудови чи кризи, вихід з якої можливий лише за появи принципово нових технологій. Інноваційні технології Г. Менш поділив на дві групи - базисні та поліпшувальні. Вслід за базисними обов'язково з'являються поліпшувальні інновації і розкривають усі можливості базисних. Обидві форми інновацій перебувають у постійній конкуренції, яка спричиняє періодичні S-подібні хвилі, що відповідають циклам Кондратьєва. Нерівномірність інноваційної активності Г. Менш пояснює особливостями функціонування ринкової економіки. Орієнтуючись на поточний прибуток, підприємці в сприятливі роки надають перевагу поліпшувальним інноваціям, оскільки вони менш ризиковані й дешевші. Впроваджувати радикальні інновації вони починають після різкого зниження ефективності інвестицій у традиційних напрямках. У фазі депресії впровадження базисних інновацій є єдиною можливістю прибуткового інвестування. Незважаючи на те що прибуток у фазі депресії малий, власники вважають, що вкладати капітал в інновації менш ризиковано, ніж у стару продукцію і технологію. Зрештою інновації переборюють депресію.

Теорії технократичного суспільства. Представники Дж. Гелбрейт, З.Бжезинський, Д.Белл.

Прихильники технократичних теорій, акцентуючи на домінуючій ролі науково-технічного прогресу в розвитку людства, вважали, що прискорення його темпів зумовить у найближчому майбутньому загальне зростання добробуту у всіх країнах. Однак більшість із них розуміли, що сліпе використання науки і техніки породжує екологічну небезпеку, загрозу технокатастроф, а надмірна увага до матеріальних благ обумовлює занепад культури. Усе це спричиняє дезінтеграційні процеси, які поглиблюють прірву між бідними і багатими країнами. Вчені усвідомлювали, що для усунення загрозових для людства наслідків неконтрольованого науково-технічного прогресу необхідне свідоме втручання у його перебіг державних і наддержавних регулятивних структур.

Сучасні концепції інноваційного розвитку. Передумовою виникнення теорії слугував, зокрема, бурхливий розвиток цифрових та нанотехнологій. Можна стверджувати, що на початку 80-х років XX ст. розпочалася "ера інформаційних технологій". Це зумовило як стрімке зростання пов'язаних бізнесів, так і виникнення низки проблем, зокрема стрімке зменшення сировинних ресурсів, екологічне забруднення. Багато перспективних галузей досягли стадії зрілості або взагалі зникли. На думку багатьох дослідників, світ переживає завершення циклу зростання. Крім цифрових мереж, базовим винаходом останнього десятиліття є перспективні розробки у сфері біотехнологій. Завдяки їхньому розвитку можна буде подолати кризові накопичення депресивних компонентів.

Теорія прискорення. Фази винаходів і нововведень мають тенденцію до прискорення. Так, між винаходом і втіленням у виробництво фотоапарата минуло 112 років, телефону - 56 років для завоювання популярності, а пейджер протримався лише 4 роки [1, 3]. Чим ближче до нашого часу, тим більше скорочується життєвий цикл нововведення.

Таким чином, дослідники різних часів доходять висновку, що економічний розвиток неможливий без інновацій. Саме інноваційні зрушення допомагають долати кризи. Вихід із кризи завжди пов'язаний з виникненням нової хвилі нововведень, яка забезпечить тривалий стимул наступному періоду зростання.

Сучасний період розвитку світу проявляється:

- глобалізацією світової економіки;
- бурхливим розвитком науки, що започатковує нові технології;
- зникненням або радикальною перебудовою традиційних галузей господарства;
- перетворенням сільського господарства на науко- і капіталомістку агропромислову галузь;
- розвитком сфери послуг: фінансових, страхових, консультаційних, науково-пошукових, споживчих тощо;
- індустріалізацією країн, що розвиваються;
- тенденцією до децентралізації та уніфікації у всіх сферах життєдіяльності;
- незворотними змінами навколишнього середовища і необхідністю його захисту;
- виникненням нових концепцій організаційного розвитку;
- появою штучного інтелекту та все більш глибоке його проникнення для застосування в багатьох сферах.

Отже, інновації є динамічним рушієм економічного розвитку. Вони вдосконалюють виробництво і водночас змінюють сферу обігу, сприяють створенню кращих за властивостями виробів, технологій, приборків. Водночас, наявні негативні наслідки прискореного темпу життєдіяльності, що вимагає невідкладних розробок у галузі психології, соціальної медицини, охорони праці для зменшення ризику вливу негативних чинників. Відповідно суспільства та країни повинні обирати ті інновації, які сприяють економічному розвитку, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу та спричиняючи негативного впливу на психічне здоров'я населення. Відповідно уряди країн мають розробляти інноваційну політику з урахуванням обмежень.

Що стосується України, то вже сьогодні ми спостерігаємо інноваційні зрушення у військовій сфері, сфері надання державних послуг, в інвестиційній діяльності та багатьох інших сферах. І беззаперечно, що інновації на різних рівнях державного устрою та економіки допоможуть відбудувати Україну у повоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Ватченко О. Б., Ватченко Б. С., Черевко О. Л. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посібник. Дніпро : Акцент ПП, 2017. 404 с.
2. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 4 липня 2002 р. - № 40 // Відомості Верховної Ради України. – 2002. - № 36. – с 266.
3. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. К.: Видавничий центр “Академія”, 2005. 400 с.
4. Паризький І.В. Розвиток наукової думки щодо проблеми інноваційно-технологічного розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 13, частина 2. С.77-81. URL : <http://surl.li/tmvbd>
5. Шиян Н.І. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2019. 245 с.

ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Пилипенко Н.М.,

к.е.н., доцент, кафедра економіки та підприємництва
Сумський національний аграрний університет

Касьян Є.в.,

здобувач вищої освіти ОС «бакалавр», кафедра економіки та підприємництва
Сумський національний аграрний університет

Дослідження можливості впровадження моделей економіки спільного користування в Україні має велике значення з огляду на розвиток ІТ-сектору та цифрових технологій у країні. Сприяння розвитку ШЕ може стимулювати економічне відновлення, створювати нові робочі місця та знижувати бідність, особливо в постконфліктних умовах, шляхом залучення вразливих категорій населення до економічної діяльності. Вивчення економіки спільного використання може допомогти Україні в технологічному прогресі, підприємстві, розв'язанні економічних проблем, стійкості та соціальній справедливості.

Поява ринку орендних відносин під назвою «шеринг» задала новий тренд економічного розвитку в Україні та світі [1;2;3]. Економіка спільного споживання – це модель, яка змінює традиційні уявлення про власність і споживання, і сприяє досягненню сталого розвитку. Тісні зв'язки України з Європейським Союзом можуть сприяти впровадженню моделей спільної економіки. ЄС активно просуває шерингову економіку, і Україна могла б скористатися цим імпульсом. Європейська комісія підтримує цю модель, оскільки вона сприяє розвитку нових бізнес-моделей і переходу до циркулярної економіки [1]. Малі та середні підприємства (МСП) в Україні можуть отримати вигоду від моделі економіки спільного споживання. Ця модель може надати МСП нові можливості для ведення бізнесу та сприяти економічному зростанню.

Успіх економіки спільного споживання залежить від кількості користувачів, яких вона охоплює. Однак, якщо ця економіка не регулюється третьою стороною, вона може зашкодити як користувачам, так і провайдерам, створюючи неконкурентні ринки та маючи великий вплив і доступність. Модель спільного споживання має позитивний вплив, пропонуючи альтернативи і стимулюючи новий попит. Але зростання кількості учасників у такій економіці ставить платформи викликам, які потребують регулювання. Феномен спільного споживання є перспективним для майбутнього, але для його розвитку потрібне регулювання та законодавство, яке б запобігало неетичним практикам [3].

За результатами проведеного нами опитування стосовно можливості впровадження моделей економіки спільного користування в Україні можна зробити висновок, що цей напрямок має високий рівень обізнаності серед населення. Сервісами частіше користуються молодші вікові групи (від 18 до 40 років), ніж люди старшого віку (рис.1).

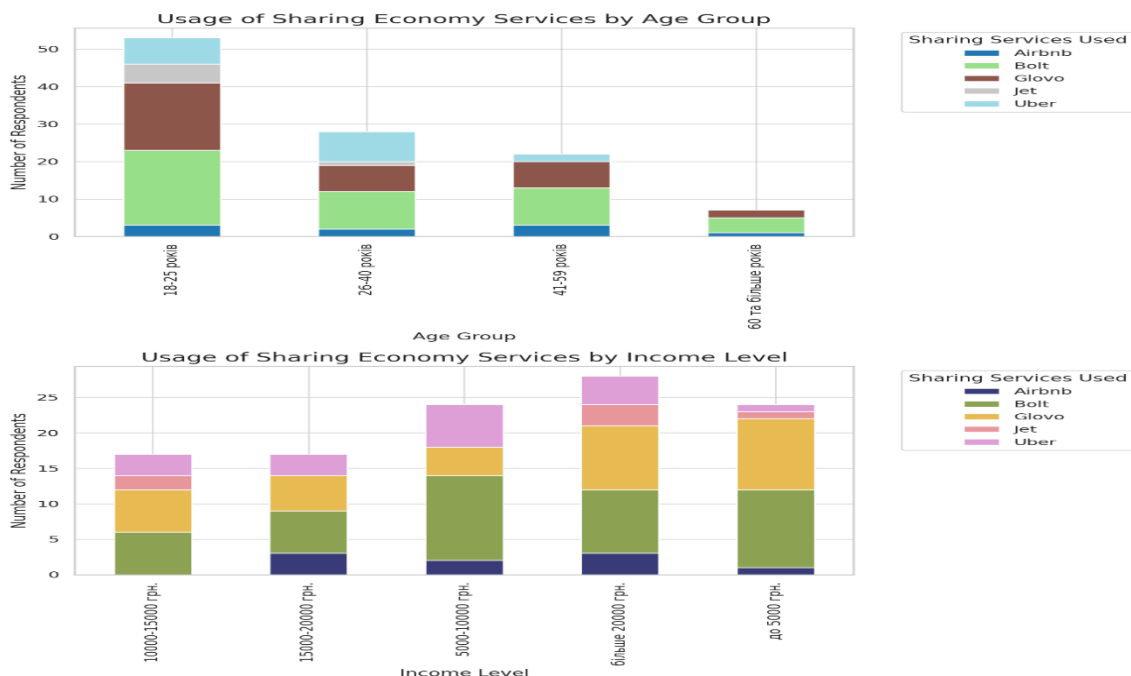


Рис. 1. Використання послуг шерингової економіки

Джерело: Побудовано авторами на основі результатів опитування

Згідно з опитуванням, послуги каршерінгу є найбільш поширеними в економіці спільного користування. За родом занять ними найчастіше користувалися наймані працівники (30 %) та студенти (34 %). Респонденти довіряють сервісам (середній бал 3,6 за шкалою від 0 до 5). Найбільше їм довіряють студенти та люди з вищою освітою. Також 66% респондентів вважають, що шерингові сервіси можуть зменшити витрати в їхньому повсякденному житті.

Аналізуючи результати опитування, можна відзначити, що фактори зручності та ціни виділяються як основні детермінанти їхнього вибору (рис.2). Ці переваги підкреслюють цінність інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу та економічну ефективність як ключові критерії для користувачів шерингових сервісів. Слід зазначити, що хоча ці два фактори домінують у виборі користувачів, параметри безпеки та доступності також відіграють важливу роль, особливо серед молоді. Це може

бути пов'язано з підвищеною увагою до особистої безпеки та зручності доступу до сервісів у міській мобільності. Проте, серед більш вікових груп помітна тенденція надавати більшого значення вартості послуг, що може відобразити їхнє прагнення до оптимізації витрат або фіксованого бюджету.

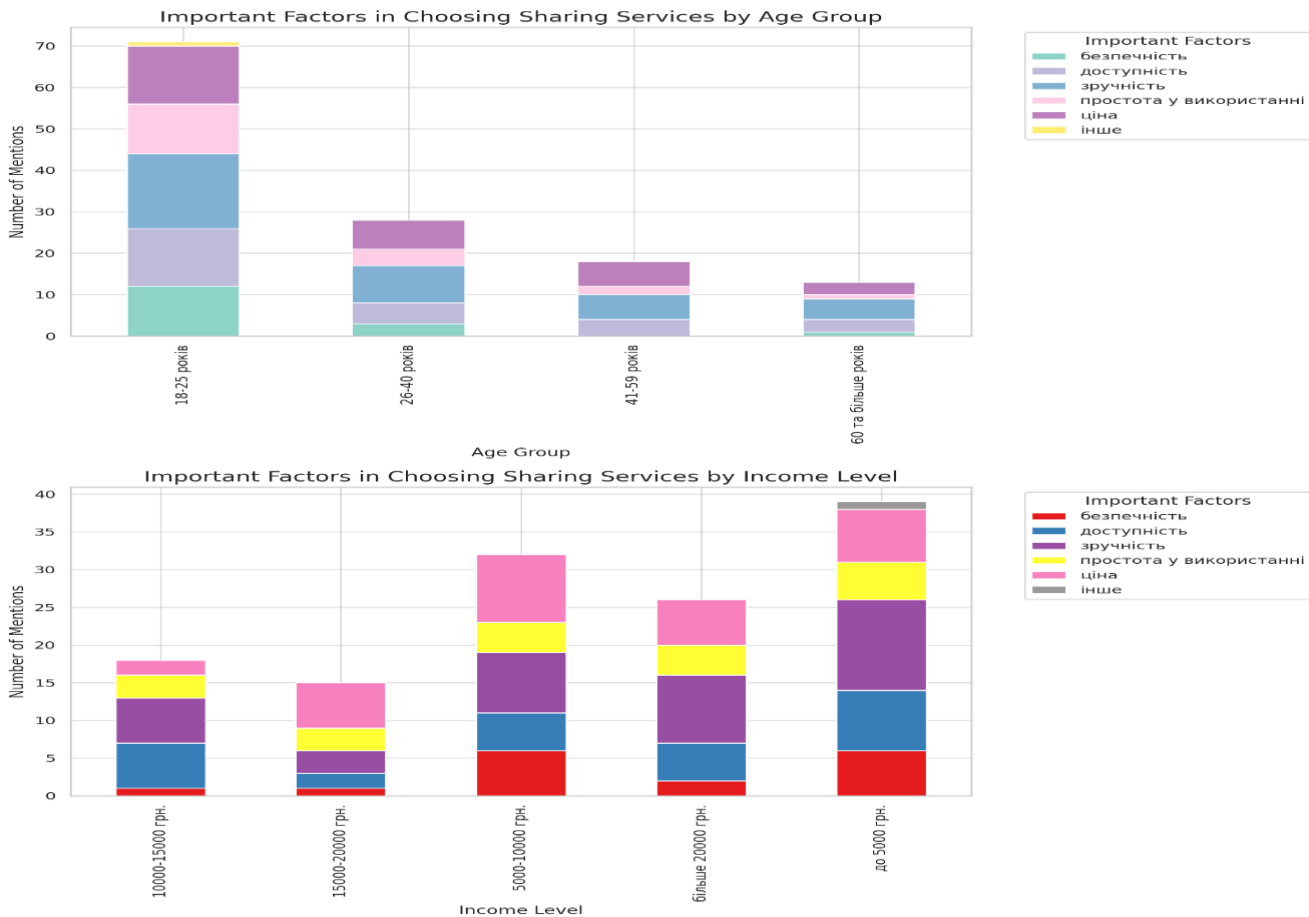


Рис. 2. Важливі фактори при виборі послуг шерингової економіки
Джерело: Побудовано авторами на основі результатів опитування

Розподіл уподобань показує, що ціна та доступність є провідними факторами для респондентів із нижчим доходом. Це може вказувати на те, що економічні міркування мають значний вплив на рішення скористатися шеринговою послугою для людей з обмеженими фінансами. Для осіб із вищими рівнями доходу зручність і безпека превалюють, що може відобразити їхню здатність обирати сервіси, ґрунтуючись на якості та надійності, а не лише на вартості. Ці результати свідчать про те, що сервіси повинні адаптуватися до різноманітних потреб користувачів, пропонуючи гнучкі та індивідуалізовані рішення.

Ці відмінності у вподобаннях між віковими групами наголошують на необхідності цільового підходу до розроблення шерингових сервісів, що враховує специфічні потреби та очікування різних користувачів. Комплексний підхід до аналізу цих даних може надати цінні вступні дані для розробників і провайдерів шерингових сервісів, даючи їм змогу налаштувати свої пропозиції для максимізації задоволеності клієнтів і їх утримання.

На основі даних дослідження можна зробити висновок, що економіка спільного споживання (ШЕ) в Україні дійсно має величезний потенціал для сприяння сталому розвитку, особливо у післявоєнний період. Її розвиток може допомогти вирішити низку соціальних, економічних та екологічних проблем, забезпечуючи ресурсо- та енергоефективність, підвищення доступності послуг, і сприяння соціальній інтеграції. Незважаючи на значний потенціал, розвиток ШЕ в Україні стримується низкою викликів та бар'єрів: недостатня обізнаність населення про економіку спільного користування; неадекватна законодавча база, так як законодавство України не в повній мірі регулює діяльність компаній економіки спільного користування, що може призводити до проблем та ризиків; відсутність довіри до платформ шерингової економіки через побоювання щодо безпеки та шахрайства.

Для розвитку економіки спільного споживання в Україні необхідно акцентувати увагу на покращенні інфраструктури, правовому регулюванні, а також на інформаційних кампаніях, щоб збільшити довіру та залучення громадськості. Існують кілька ключових аспектів, які можуть визначити успіх шерингової економіки в Україні. Ключовим для прийняття моделей спільного користування є чітке регулювання, що враховує особливості економіки спільного користування, може забезпечити захист прав користувачів та операторів, а також сприяти здоровій конкуренції. Також уряд та організації можуть проводити інформаційні кампанії для підвищення обізнаності про переваги економіки спільного споживання. З огляду на важливість цифрових технологій у сприянні зростанню економіки спільного споживання, уряду важливо інвестувати в розвиток цифрової інфраструктури та забезпечення широкого доступу до високошвидкісного інтернету, особливо в сільських районах. Економіка спільного споживання може значно знизити викиди вуглецю за рахунок оптимізації використання ресурсів. Це може бути досягнуто через підтримку ініціатив, спрямованих на спільне використання транспорту, зниження залежності від особистих автомобілів. Ці заходи можуть сприяти інтеграції шерингових послуг у повсякденне життя, забезпечуючи їх важливий внесок у післявоєнну відбудову та сталий розвиток країни. Економіка спільного споживання в Україні може стати

не тільки інструментом економічного зростання, але й засобом досягнення більшої соціальної згуртованості та екологічної стійкості. Для цього важливо розглядати ШЕ як інтегральну частину економічної політики, націлену на сталий розвиток.

Однак важливо зазначити, що, незважаючи на наявні можливості, впровадження моделей шерингової економіки в Україні може бути пов'язане з певними проблемами, такими як регуляторні питання, сприйняття на ринку та потреба в технологічній інфраструктурі. Тому ретельне планування та стратегічна імплементація мають вирішальне значення для успіху.

Список використаних джерел

1. Miguel, C., Avram, G., Klimczuk, A., Simonovits, B., Balázs, B., & Česnuitytė, V. (2022). The sharing economy in Europe: From idea to reality. In V. Česnuitytė, A. Klimczuk, C. Miguel, & G. Avram (Eds.), *The sharing economy in Europe*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86897-0_1.
2. Atstaja, D.; Koval, V.; Grasis, J.; Kalina, I.; Kryshtal, H.; Mikhno, I. (2022). Sharing Model in Circular Economy towards Rational Use in Sustainable Production. *Energies* 15, 939. <https://doi.org/10.3390/en15030939>
3. Simic, V., Liem, A. (2023) 'The Sharing Economy's Success: Advantages, Drawbacks, and Applications', in *Proceedings of the International Conference on Engineering Design (ICED23)*, Bordeaux, France, 24- 28 July 2023. DOI:10.1017/pds.2023.350

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Пилипенко М.В.,

аспірант,

Сумський національний аграрний університет

Війна Росії проти України породила низку проблем і небезпек для аграрного сектору України. Основними перешкодами для аграрної галузі під час конфлікту є проблеми в логістичних ланцюжках, брак ресурсів для агровиробництва, дефіцит робочої сили, а також збільшення ризиків втрати сільгосптехніки та врожаю. Прямі наслідки війни для оброблюваних площ посилюються зростанням цін на імпортовані ресурси, що супроводжується зміною вартості праці, яка коливається в різних регіонах залежно від доступності трудових ресурсів. Це разом із падінням цін на аграрну продукцію і скороченням частки ринку призводить до зниження прибутковості та ліквідності аграрних підприємств [1].

Багато аграрних компаній в Україні, які раніше демонстрували ефективність в управлінні, зіткнулися з труднощами у швидкому та адекватному реагуванні на викликані війною зміни через відсутність гнучкої адаптаційної системи. Вчені відзначають успішну адаптацію малих фермерських господарств до воєнних умов, які ефективно налаштувалися на нові умови господарювання, підкреслюючи важливість дослідження їх адаптації в цей час та їхніх перспектив. Дрібні власники та приватні сімейні фермерські господарства можуть краще адаптуватися та виживати в екстремальних умовах, покладаючись на короткі продовольчі ланцюги, альтернативні засоби виробництва, взаємодопомогу та солідарність. Натомість великі сільськогосподарські підприємства стикаються з серйозними логістичними проблемами і не здатні швидко адаптуватися та змінювати свої плани і методи ведення сільського господарства, що робить їх менш стійкими в умовах війни [2].

У воєнних умовах основними ризиками є неможливість адаптуватися, що призводить до дестабілізації та вразливості економічної системи підприємств. Невизначеність описується як стан, за якого важко точно визначити поточний стан справ або передбачити майбутні результати. Моделювання майбутнього ускладнене через численні чинники невизначеності, які загострюються в умовах війни, що значно збільшує рівень комплексної невизначеності для прийняття рішень. Адекватне врахування цих невизначеностей та їхніх взаємодій критичне при плануванні адаптації. Успіх у таких умовах вимагає не тільки готовності до змін, а й здатності до постійної адаптації. Важливими факторами є адаптивність, готовність до змін і здатність до сталого розвитку, що сприяє підтриманню конкурентоспроможності. Таким чином, постійна нестабільність у бізнес-середовищі, зумовлена сучасним воєнним контекстом, вимагає від аграрних компаній впровадження просунутих стратегій адаптації. У середовищі, де умови виробництва та бізнесу постійно змінюються, швидке та ефективне пристосування стає ключовим для підтримки конкурентоспроможності та операційної ефективності. В аграрному секторі, адаптивне управління дає змогу сільськогосподарським підприємствам успішно функціонувати в динамічному середовищі.

Ми визначаємо адаптивність підприємства як його здатність ефективно реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов, незалежно від того, наскільки неочікувано чи передбачувано ці зміни відбулися. Ця концепція включає в себе не тільки здатність до пристосування і виживання в умовах непередбачених обставин, а й до активної трансформації з метою інтеграції та оптимальної взаємодії із середовищем, що змінюється [3]. Адаптивність розглядається як якість, що визначає необхідність змін і здатність ідентифікувати їхні причини, а також уміння визначити їхню природу для забезпечення стабільності бізнесу. Вона також включає в себе здатність системи змінюватися таким чином, щоб залишатися стабільною попри зовнішні шоки. У контексті аграрного підприємства це означає здатність до адаптації своїх функцій у відповідь на економічні, ринкові та соціально-політичні зміни. Адаптивний розвиток підприємства – це процес, за допомогою якого організація змінює свої стратегії, структури та операційні процедури, щоб ефективно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Цей процес не лише допомагає підприємству вижити в умовах невизначеності, але й прагне використати зміни, що виникають, як можливості для вдосконалення та інновацій. Адаптивний розвиток як стратегія інтегрує адаптацію та адаптивність у довгострокову стратегію підприємства, забезпечуючи його спроможність не тільки впоратися з поточними та потенційними змінами, а й активно використовувати їх для інновацій і поліпшення. В контексті адаптивного розвитку підприємства активно аналізують ринок і зовнішнє середовище, щоб швидко адаптуватися з мінімальними втратами і максимальною ефективністю. Адаптивний розвиток аграрного підприємства в умовах невизначеності потребує комплексного підходу, який включає стратегічне планування, операційну гнучкість, організаційні та культурні зміни. Ефективне управління адаптацією дає змогу не тільки виживати в складних умовах, а й використовувати зміни, які виникають, як стимули для інновацій і поліпшень, сприяючи довгостроковому успіху та сталому розвитку підприємства. Адаптивний розвиток може бути проактивним або реактивним. Проактивний адаптаційний розвиток включає передбачення змін і підготовку до них заздалегідь, що дає змогу мінімізувати ризики та використовувати можливості щойно вони з'являються. Реактивний адаптаційний розвиток, навпаки, передбачає відповідь на зміни, що вже відбулися, що часто пов'язано з більш високими витратами і втратами, оскільки організація змушена адаптуватися в умовах кризи. Адаптація бізнес-моделі, включає в себе комплексні рішення, пов'язані з ринковою стратегією, структурою організації та її операціями. Адаптивна бізнес-стратегія дає змогу підприємству не тільки пристосовуватися до поточних умов, а й прогнозувати майбутні зміни, швидко впроваджуючи стратегії для досягнення широких бізнес-цілей. Це підкреслює важливість таких стратегій у сучасному економічному середовищі, де гнучкість і швидка реакція стають ключовими для успіху. Адаптивне управління відіграє ключову роль у забезпеченні стійкості та довгострокового успіху аграрних підприємств, даючи їм змогу не тільки виживати в умовах невизначеності, а й сприяючи їхньому розвитку та зростанню через інновації. Це означає, що адаптивне управління забезпечує підприємствам можливість швидко та ефективно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, при цьому підтримуючи операційну активність і прагнення до оптимізації.

Адаптивне управління вимагає від підприємств безперервного моніторингу та оцінки внутрішніх і зовнішніх умов для відповідного реагування на них. Економічна оцінка адаптації містить у собі кількісний і якісний аналіз потенційних змін та їхнього впливу на стан підприємства. Існують різні методи оцінки адаптивного розвитку, які поділяються на дві основні

категорії: методи, що ґрунтуються на оцінці змін у діяльності підприємства, і методи, що ґрунтуються на оцінці потенціалу підприємства до адаптації. Перша категорія включає аналіз змін у фінансових, операційних показниках, а також у стратегії та структурі підприємства. Друга категорія оцінює адаптивність на основі організаційної культури, системи управління та кадрового потенціалу. Кожен метод оцінки має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу залежить від цілей оцінки та особливостей підприємства. Методи оцінки адаптивності можуть бути кількісними, що використовують числові показники, або якісними, заснованими на експертних оцінках та опитуваннях. Кількісні методи надають більш об'єктивну оцінку, але можуть не враховувати всі аспекти адаптивності. Якісні методи, своєю чергою, забезпечують глибокий аналіз, але можуть бути суб'єктивними. Рекомендується використовувати комбінацію різних методів для отримання найповнішої оцінки адаптивності підприємства.

Традиційні методи оцінки адаптації сільськогосподарських підприємств можуть бути недостатніми у змінних та невизначених умовах. Розглянемо деякі сучасні аспекти оцінки адаптації сільськогосподарських підприємств у цих умовах. На сьогоднішній день існують основні аспекти, які варто враховувати під час оцінки адаптації сільськогосподарських підприємств.

Перший аспект – це оцінка з урахуванням ризиків. Цей підхід виходить за рамки простого вимірювання поточних показників. Він передбачає виявлення та аналіз потенційних ризиків, пов'язаних із невизначеністю. Під час аналізу розглядаються ймовірність і серйозність кожного ризику, а також їхній потенційний вплив на підприємство.

Другий аспект – це використання динамічного моделювання та імітації. Сучасні комп'ютерні моделі можуть імітувати роботу сільськогосподарського підприємства в різних невизначених умовах, які враховують такі фактори, як погода, ринкові тенденції та доступність ресурсів. Це дозволяє підприємствам оцінити ефективність різних стратегій адаптації та виявити потенційні слабкі місця до того, як виникнуть реальні проблеми.

Третій аспект – це використання великих даних та техніки точного землеробства. Сільськогосподарські підприємства збирають велику кількість даних про стан ґрунту, врожайність та ринкові тенденції. Аналіз цих даних дозволяє підприємствам ухвалювати рішення в режимі реального часу та адаптуватися до нових умов. Методи точного землеробства, які використовуються на основі аналізу цих даних, допомагають оптимізувати використання ресурсів і підвищувати стійкість підприємства у невизначених умовах.

Четвертий аспект – це гнучкість та диверсифікація. Важливо впроваджувати гнучкі операції та диверсифікувати виробничі системи. Всі ці заходи сприяють зниженню ризиків та створенню більш стійких виробничих систем.

Найважливішим аспектом сучасної оцінки адаптації є визнання того, що адаптація – це безперервний процес. Підприємства повинні постійно відстежувати свою роботу, аналізувати результати та коригувати свої стратегії на основі нової інформації та непередбачуваних обставин. Підходи, засновані на участі фермерів, дослідників та інших зацікавлених сторін, сприяють обміну знаннями та спільному навчанню. Це дає змогу підприємству адаптуватися на основі колективного досвіду та передової практики.

Ці сучасні підходи дають змогу сільськогосподарським підприємствам не тільки адаптуватися до поточних умов, а й активно використовувати виклики, що виникають, як можливості для інновацій і поліпшень, а також забезпечують можливість ухвалювати прийнятні рішення та адаптуватися на основі нової інформації та непередбачуваних обставин. Такий комплексний підхід підвищує стійкість і конкурентоспроможність підприємств, забезпечуючи їхній довгостроковий успіх в умовах невизначеності.

Список використаних джерел

1. Deininger, K., Ali, D. A., & Fang, M. (2023). Impact of the Russian Invasion on Ukrainian Farmers' Productivity Rural Welfare and Food Security. Policy Research Working Paper 10464, Development Economics, Development Research Group URL: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-10464>
2. Mamonova, N. (2022). Food Sovereignty and Solidarity Initiatives in Rural Ukraine During the War. *Journal of Peasant Studies* 50 (1): 47–66. URL: <https://doi.org/10.1080/03066150.2022.2143351>.
3. Пилипенко Н.М., Пилипенко М.В. Деякі аспекти адаптаційного розвитку аграрних підприємств в умовах війни. Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 86): матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 12-13 березня 2024 р.)/ редкол. : О. Патряк та ін. ГО "Наукова спільнота", WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б. 2024. 122с. ISSN 2522-932X. С. 74-76. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ua/article/id-1625/>

ФАСИЛІТАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ЛІСОГОСПОДАРЮВАННЯ

Мішенін Євген

д. е. н., проф.,

Інституту агроекології та природокористування НААН України

Важливою функцією системи сталого просторового управління лісогосподарюванням є вирішення конфліктних ситуацій за допомогою застосування *методів фасилітації*, які виникають у межах соціально-еколого- економічної гармонізації лісогосподарського та лісопромислового виробництв на різних ієрархічних рівнях управління (включає відносини з громадськістю). Процесі надання екосистемних послуг лісовим господарством підприємствам (зокрема, сільського та водного господарств, рекреаційної сфери), коли величина еколого-економічного ефекту не має достатньої оцінки і чітко не охоплюється системою економічних ринкових відносин, також потребують не простих рішень. Розкриття особливостей та застосування методів, механізмів еколого-економічної фасилітації для вирішення конфліктних ситуацій у лісогосподарюванні потребує визначення загальних позицій, сутнісно-змістовної основи цього поняття.

Фасилітація соціально-еколого-економічного спрямування є складовою соціально-психологічних методів в реалізації управління сталим просторовим розвитком лісового господарства. Фасилітацію лісоекологічного спрямування можна трактувати як управлінський процес у межах екологічно орієнтованого управління лісогосподарюванням, який допомагає групам співробітників лісогосподарського та лісопромислового виробництв більш узгоджено та відповідально здійснювати процеси раціонального інтегрального багаточільового використання та відтворення лісових ресурсів, а також зводити до мінімуму виникаючі еколого-економічні та соціально-екологічні протиріччя з різними лісокористувачами [1, с.113-115].

Основними функціями екологічно спрямованої фасилітації у сфері лісогосподарювання є:

1. Сприяння вирішенню лісоекологічних, еколого-економічних та соціально-екологічних конфліктних ситуацій на різних ієрархічних рівнях управління сталим просторовим лісокористуванням.

2. Підтримка та посилення соціально-еколого-економічних процесів в організації процесів гармонізації виробничих та управлінських відносин у сфері лісогосподарювання.

3. Професійна організація трудових процесів у напрямку їх екологізації на різних етапах відтворювальних процесів.

4. Поширення позитивного досвіду сталого екологічно збалансованого лісогосподарювання.

Фасилітація лісоекологічного спрямування повинна вирішувати такі завдання.

1. Які лісоекологічні, еколого-економічні та соціально-екологічні цілі повинні бути досягнуті.

2. Які підрозділи та співробітники, представники зовнішніх лісокористувачів та громадськості стейкхолдери повинні бути задіяні у процесі вирішення проблемних та конфліктних ситуацій щодо сталого просторового використання ресурсного та екологічного потенціалу лісів.

3. Як повинен бути розроблений процес вирішення проблемних еколого -економічних та соціально-екологічних ситуацій у лісовому господарстві..

4. Який повинен бути досягнутий конкретний результат при вирішенні узгоджених завдань (наприклад, щодо регулювання суцільних рубок та заліснення малопродуктивних сільськогосподарських угідь тощо).

5. Яка повинна бути модель спілкування зацікавлених сторін з необхідним інформаційно-аналітичним та ресурсним забезпеченням, а також рівнем обізнаності співробітників та різних груп стейкхолдерів вирішенні еколого-економічних проблем природокористування.

Фасилітатор, таким чином, полегшує виконання еколого-економічних завдань лісогосподарювання у межах компетенції зацікавлених сторін (внутрішніх та зовнішніх). Іншими словами, фасилітатор здійснює процедури та формат заходів, які дають можливість групі виконавців, зацікавлених сторін накопичити сумісні знання щодо вирішення завдань еколого-економічного управління сталим лісогосподарюванням, структурувати їх і потім обґрунтовано вибрати напрям дій, які підтримувалися б сумісними та узгодженими рішеннями, а також зобов'язаннями стосовно один одного.

Складові механізми фасилітації як окремого елемента інтегрованого управління сталим та екосистемним лісогосподарюванням включають:

1. Проведення аудиту лісоекологічних, еколого-економічних та соціально-екологічних проблемних (конфліктних) ситуацій лісогосподарювання.

2. Формування системи управління еколого-економічними знаннями згідно з професійною компетенцією, кваліфікаційним рівнем спеціалістів, зацікавлених сторін.

3. Сприяння та надання допомоги у вирішенні та виправленні виявлених невідповідностей існуючим вимогам сталого просторового лісокористування.

4. Розширення та розповсюдження ефективних еколого-економічних та результативних управлінських рішень на інші взаємозв'язані підрозділи лісового підприємства та напрями лісогосподарювання (це, зокрема, стосується значною мірою впровадження механізмів добровільної лісової сертифікації).

Таким чином, екологічно спрямована фасилітація у лісогосподарюванні повинна стати ефективним методом, механізмом вирішення соціально-еколого-економічних проблем природокористування в межах функціонування системи інтегрованого управління сталим просторовим розвитком лісового господарства.

Список використаних джерел

1. Ярова І. Є. Організаційно-економічні засади екологічно орієнтованого управління лісогосподарюванням: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.06. Суми, 2011. 261 с.

ГЕНЕЗИС ГАЛУЗІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Проценко Артем,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр», кафедра економіки та підприємництва імені професора І.М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Громадське харчування в світі є однією з найприбутковіших галузей економіки. Ця галузь створює робочі місця та забезпечує значні надходження в державний бюджет. Громадське харчування все більше впроваджується в побут широких мас населення, забезпечуючи якісне харчування не лише в громадських місцях, а й в домівках та на робочих місцях, що має вирішальне значення для збереження здоров'я населення, зростання продуктивності праці, підвищення якості навчання; покращує якість використання вільного часу, що в наші дні є важливим фактором для населення. Галузь сприяє кращому використанню продовольчих ресурсів країни. Таким чином, галузь громадського харчування має велике значення у вирішенні проблеми сталого розвитку економіки.

В Україні дана галузь значно розвинулася за останні десятиліття, розвинені ресторани національної кухні, тематичні ресторани, фаст-фуди та високо елітні ресторани. Останнім часом намітилася стійка тенденція до розвитку послуги "catering". Яка передбачає переміщення послуг з традиційної зали закладу громадського харчування до робочих місць працівників (офіси, установи); місць відпочинку; місць святкування ювілеїв та інших офіційних та неофіційних святкових подій; до домівки. Послугу з "кейтерингу" здійснюють не тільки заклади ресторанного бізнесу (ресторани, кафе, бари), а також і фірми, створені на базах ресторанів [1]. Таким чином, в Україні з кожним роком збільшується кількість закладів громадського харчування та розширюється спектр їхніх послуг. Галузь здатна забезпечити прибутковість у 15-20%.

Відмітимо, що в докризові періоди, спричинені ковідом та війною, галузь громадського харчування значно розвивалася [1, 3, 10], а під час пандемії та війни галузь зазнала значних втрат, багато підприємств громадського харчування були змушені зачинитися або взагалі зруйновані. Однак, незважаючи на це потенціал для зростання цієї галузі залишається великим, особливо в західних областях України та великих містах. Про рівень насиченості ринку закладами громадського харчування свідчить такий показник, як кількість місць на споживача послуг закладів громадського харчування. Так, в середньому по Європі одне місце в ресторані (кафе, барі, фаст-фуд і т.п.) доводиться на 8 жителів, в Києві - на 35 жителів, в Дніпропетровську - на 40, в Донецьку - на 35, в Львові - на 25 жителів [9, с.32]. За іншими даними на сьогоднішній день в середньому по Україні забезпеченість об'єктами ресторанного господарства на 10000 населення становила 5 підприємств, кількість місць в об'єктах ресторанного господарства на 10000 населення становить 344 місця [4, с.56]. Наведені показники є нижчими, ніж нормативні, які затверджені Наказом Міністерства економіки України від 12.10.2009, № 1111, відповідно до яких, для міста із населенням більш 1 млн. осіб норматив становить 7,5 місць на 10000 тис. населення [8]. Отже, Україна має значний потенціал розвитку галузі громадського харчування.

Також, окрім недостатньої насиченості ринку закладами громадського харчування, розширенню мережі підприємств громадського харчування сприяють такі фактори:

1. Ресторанний бізнес – вдале вкладення вільних грошей, особливо для дрібного бізнесу. Інвестування в ресторан – вигідне, тому що період окупності бізнесу не більше 2-х років, рентабельність у 15-30% є дуже вигідною порівняно з рентабельністю виробництва в 3-4% [2, с.29].

2. Створити ресторан зараз дешевше, ніж кілька років тому, незважаючи на кризове падіння гривні. Постачальники обладнання для ресторану йдуть на поступки щодо цін і умов, вибір матеріалів достатньо широкий, багато проектні організації знизили ціни. Існує багато варіантів отримання інвестицій на відновлення зруйнованого бізнесу або започаткування нового.

3. Харчування в ресторанах і кафе стало частиною способу життя багатьох українців [9]. Менталітет жителів України поступово змінюється, все більше нагадуючи західні стандарти споживання [2], харчування поза домом становиться все більш доступним для українського споживача, а ціни в ресторанах та кафе стають все більш «демократичними».

4. Як будь-яке дрібне господарство домашнє приготування їжі є мало ефективним і для суспільства невигідним [10].

Таким чином, ця сфера бізнесу має великий потенціал розвитку в Україні.

Подальший розвиток і вдосконалення діяльності підприємств громадського харчування пов'язуються з підвищенням його ефективності. Доход і рентабельність формуються, насамперед, у процесі виробництва та реалізації продукції. Тому для підвищення рентабельності підприємств громадського харчування потрібно організувати систематичне вивчення попиту на кулінарну продукцію, боротися за високу якість продукції, що випускається та культуру обслуговування. А це і є запорукою збільшення товарообігу, доходів і рентабельності.

У великих зарубіжних ресторанах думка клієнтів про склад асортименту страв, режим праці, якість продукції та інші складові високого рівня сервісу є основою для розробки стратегії і тактики комерційної діяльності. Підприємства, що не мають фінансової можливості проводити дослідження ринку своєї продукції, повинні ретельно вивчати скарги та відгуки клієнтів. Це один із способів виявити, чого хочуть клієнти. Вислуховування думок клієнтів допомогло багатьом фірмам зміцнити своє фінансове становище.

Важливим джерелом збільшення доходів і рентабельності є зниження собівартості продукції. Режим економії матеріальних затрат здійснюється у таких напрямках:

- покращення використання обладнання;
- зниження фондоемності продукції;
- комплексне використання сировини та відходів;
- раціональне використання матеріалів, палива й електроенергії.

Однак, вирішити ці завдання можливо лише за умови корінної перебудови виробничого процесу в закладах

громадського харчування. Тому, одним з найбільш актуальних завдань є перехід таких закладів на індустріальні, промислові методи виробництва продукції. Індустріальний шлях розвитку підприємств громадського харчування передбачає концентрацію виробництва на великих висококомпанізованих фабриках і постачання решти підприємств напівфабрикатами високого ступеню готовності, готовими стравами та кулінарними виробами, включаючи охолоджену продукцію.

Необхідність такого процесу особливо відчутна нині, коли з'явилося безліч підприємств громадського харчування різної направленості, їх слабка матеріально-технічна база не дозволяє виконувати основну функцію громадського харчування, в результаті їх діяльність зводиться до перепродажу продуктів харчування вітчизняного промислового виробництва та тих, що закуповуються за кордоном (до речі, вони не завжди відповідають вимогам щодо якості та терміну придатності).

У вирішенні завдань щодо збільшення випуску продукції, покращення її якості, виявлення та мобілізації внутрішньогосподарських резервів, зниження собівартості продукції важливе місце посідає раціональне, економне використання матеріалів, палива й електроенергії. В умовах напруженості енергетичного балансу це завдання має не тільки локальне, а й загальнодержавне значення.

У цьому відношенні певний ефект досягається за умови автоматизації режиму теплової обробки продуктів. Зокрема, застосування котлів для варіння їжі, в яких забезпечено автоматичне переключання на режим варіння з режиму розігріву; перехід на 1/8 номінальної потужності шаф для жарення, обладнаних терморегуляторами та іншого устаткування значно знижує витрати електроенергії. Для невеликих підприємств громадського харчування досить економічними є надвисокочастотні апарати приготування їжі, застосування яких дозволяє скоротити витрати електроенергії на 50-70% за умови підвищення якості їжі.

Для збільшення товарообороту Коновалова О.В. вважає, що слід більш ретельно здійснювати планування товарних запасів та раціональний розподіл товарних ресурсів між окремими підприємствами та їх підрозділами, завозити продукти в розмірі, що не перевищує потребу в них, підвищити рівень механізації праці, покращити умови праці, припинити плінність кадрів, покращити технічний стан обладнання та приділяти увагу маркетинговим заходам, таким як: вивчення цінової еластичності попиту; збільшення витрат на рекламу та витрат на «компліменти від шеф-кухаря» [6].

Савенко Ю.В. пропонує використовувати такі маркетингові заходи:

- оформлення вітрин, фасаду та внутрішнього інтер'єру;
- дисконтні картки;
- акції та знижки;
- комплексні меню (наприклад комплексні обіди);
- якість послуг, страв та обслуговування;
- оновлення меню;
- створення мережі закладів;
- літні та дитячі майданчики тощо [9].

За свідченням Петрук Ю., значний вплив на досягнення високих економічних показників має як маркетингова складова управління підприємствами громадського харчування, так й інші елементи управлінського впливу, серед яких інформатизація діяльності, розширення переліку послуг закладів громадського харчування, індивідуалізація обслуговування клієнтів, навчання персоналу, удосконалення технологій приготування та подачі страв, зміна особливостей діяльності ресторанів залежно від сезонності [7].

Аналіз літературних джерел, що наведені в даній праці показав, що загальними напрямками для удосконалення господарської діяльності підприємств громадського харчування є такі:

- впровадження заходів маркетингових комунікацій для поліпшення конкурентної позиції підприємства на ринку;
- розробка цільової стратегії розвитку підприємства громадського харчування;
- впровадження корпоративної етики в закладах громадського харчування;
- впровадження сертифікації продукції, постійне вдосконалення якості продукції та виробничих засобів;
- щоденні поставки свіжої продукції у довірених постачальників;
- перевірка, навчання та перекваліфікація кадрів, ефективне управління персоналом та його мотивація, залучення на роботу кваліфікованих працівників;
- зменшення витрат на виробництво;
- збільшення інвестицій;
- орієнтація на новітні технології;
- покращення інформаційного забезпечення;
- автоматизація та роботизація;
- передача частини завдань на аутсорсинг [1, 2, 5, 7, 11].

Найбільш сучасними трендами є автоматизація та аутсорсинг. Автоматизація та роботизація дає можливість клієнтам здійснювати онлайн замовлення, бронювати місця, здійснювати оплату послуг; підвищити ефективність управління складськими запасами та управління персоналом. Передача частини своїх завдань на аутсорсинг зменшить потребу у власному персоналі, а відповідно, і витрати на оплату праці; гарантовано забезпечить задану якість продукту, який постачається через аутсорсинг. Таким чином, сформовані пропозиції сприяють підвищенню господарської діяльності підприємств громадського харчування, які в свою чергу, повинні стати одним з чинників сталого розвитку економіки. Як висновок зазначимо, що в Україні існує великий потенціал розвитку галузі громадського харчування, як у великих містах, так і в сільській місцевості. Причинами зміцнення цього потенціалу є недостатня насиченість вітчизняного ринку такими закладами; поступова зміна менталітету українців, які звикають харчуватися поза домом; збільшення доступності послуг громадського харчування; порівняно невеликі суми інвестицій у цю справу. Таким чином, розвиток галузі громадського харчування стане одним із чинником забезпечення сталого розвитку економіки України у повоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. *Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи*. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Львів, 29.11.2016 р.). Львів: МАУП, 2016. Ч.1. С.301-306.
2. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України. *Економіка промисловості*. 2012. № 3-4. С. 29-34.
3. Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я. Тенденції розвитку ресторанного господарства Львівщини. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. №10(184). С.198-208
4. Жегус О., Михайлова М. Аналіз та прогнозування розвитку ринку ресторанних послуг в Харкові та Харківській області. *Маркетинг в Україні*. 2014. №1-2. С.54-61
5. Ковальова О. М. Становлення галузі громадського харчування в контексті сталого розвитку сільських територій. *Вектори інноваційного розвитку освіти, науки і бізнесу в умовах глобальних змін* : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, (м.Тернопіль, 25 травня 2021 р.). Тернопіль : ФОП Осадца Ю. В., 2021. С. 49-50
6. Коновалова О.В. Проблемні аспекти методики аналізу товарообігу підприємств громадського харчування. *Вісник Криворізького економічного інституту КНУ*. 2013. №2. С.89-96
7. Петрук Ю. Актуальні завдання управління розвитком підприємств ресторанного господарства в Україні. *Економіка*. 2014. №4(130). С.41-47
8. Наказ Міністерства економіки України. «Про затвердження Нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства та Порядку застосування нормативів забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства». URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1015-09>
9. Савенко Ю.М. Основні тенденції ринку громадського харчування. *Вісник КНУТД*. 2014. №4. С.31-37
10. Толоч Г.А., Лагута О.М. Шляхи підвищення ефективності вегетаріанських ресторанів. *Молодий вчений*. 2017 р. № 11 (51). С. 1330-1333
11. Тренди у сфері громадського харчування у 2022 році: управління трудовими ресурсами. URL : <https://pomodorobrand.top/ua/articles/trendi-u-sferi-gromadskogo-harchuvannya-u-2022-roci-upravlinnya-trudovimi-resursami>

Секція 2. Конкурентоспроможність продукції та суб'єктів господарювання. підключення за посиланням

ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В СФГ «УРОЖАЙ» РОМЕНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Серік Сергій

здобувач вищої освіти ОС «Магістр», кафедра економіки та підприємництва імені професора І.М. Брюховецького Сумський національний аграрний університет

Ефективність виробництва молочного скотарства визначається системою науково обґрунтованих і взаємопов'язаних показників, які дають змогу здійснити найбільш повну та всебічну її оцінку [1].

Загальними показниками ефективності виробництва тваринницької продукції є натуральні (обсяг виробництва молока за добу, обсяг реалізації, обсяги витрачених ресурсів, продуктивність тварин, продуктивність праці, ефективність використання кормових ресурсів, матеріаломісткість виробництва) та вартісні показники (виручка від реалізації молока, витрати на виробництво, витрати окремих видів ресурсів, обсяг одержаного прибутку, прибуток на умовну голову, питомі капіталовкладення на умовну голову).

Крім вартісних показників ефективності виробництва молока в ринкових умовах важливе місце належить змішаним показникам, які характеризують величину одержаного прибутку (собівартість 1 ц молока, ціни молока по каналах його реалізації).

Крім того, при визначенні ефективності виробництва молока застосовують відносні показники, які характеризують величину одержаного ефекту на одиницю витрачених ресурсів або порівняння змін фактичних показників із базовими. До них належать рентабельність виробництва молока та норма прибутку, індексні й відсоткові форми, що показують зміни показників, рівень товарності виробництва за статтями або елементами витрат, що відображають структуру використаних у виробництві ресурсів.

Динаміка загальних абсолютних і відносних показників розвитку галузі молочного скотарства в СФГ «Урожай» представлена в таблиці (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка показників розвитку галузі молочного скотарства в СФГ «Урожай»

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р., ±	
				Абсолютне, одиниць	Відносне, %
Середньорічне поголів'я, гол.	612	612	700	+88	+14,3
Валовий надій, ц	51644	58294	63073	+11435	+22,1
Середній надій на 1 гол., кг	8439	9525	9011	+572	+6,8
Реалізовано молока, ц	51158	54337	60562	+9404	+18,5
Виробнича собівартість 1 ц продукції:					
- виробленої, грн.	495,05	575,35	608,60	+113,55	+22,9
- реалізованої, грн.	451,68	561,50	560,75	+109,07	+24,1
Повна собівартість 1 ц, грн.	489,93	592,55	633,35	+143,42	+29,3
Середньореалізаційна ціна	717,81	708,91	783,43	+65,62	+9,1
Загальна сума прибутку, тис. грн.	11658,2	6322,6	9089,5	-2568,7	-22,0
Прибуток в розрахунку:					
- на 1 ц, грн.	227,88	116,36	150,08	-77,80	-34,1
- на 1 гол, грн.	19049,3	10331,0	12985,0	-6064,3	-31,8
- Приходиться на 1 голову:					
- виробничих витрат, грн.	41775,8	54802,1	54841,8	+13066,0	+31,3
- виручки, грн.	60003,1	62941,3	67780,4	+7777,3	+13,0
Рівень рентабельності виробництва, %	46,5	19,6	23,7		-22,8 п.п.
Рівень рентабельності продаж, %	31,7	16,4	19,2		-12,5 п.п.
Рівень товарності молока, %	99,1	93,2	96,0		-3,1 п.п.

Джерело: розраховано автором на основі статистичної звітності: форми № 24 Звіт про виробництво продукції тваринництва, кількість сільськогосподарських тварин і забезпеченість їх кормами та оперативної звітності з праці, форми № 21-заг Звіт про реалізацію продукції сільського господарства та форми № 50-сг Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств

За розрахунками можна зробити наступні висновки:

1. Темпи збільшення виробництва перевищують темпи збільшення обсягів реалізації, що обумовлює зменшення рівня товарності за даними розрахунків на 3,1 п.п.

Оскільки молоко є продукцією, яка за виключенням витрат на випойку телят має товарне призначення, зменшення рівня товарності пояснюється збільшенням кількості приплоду, або зниженням фактичної жирності молока.

2. Виробнича собівартість виробленої продукції на 3,2 % перевищує собівартість реалізованої продукції, що пояснюється більшим обсягом реалізованої продукції в перерахунку на базисну жирність.

3. Витрати на збут в 2023 році зросли на 124,7 %, в зв'язку з чим комерційна собівартість збільшилась на 28,3 % а

виробнича собівартість на 24,1 %, що складає різницю в 5,2 %.

4. Середня ціна реалізації зростає нижчими темпами в порівнянні з виробничою собівартістю відповідно на 9,1 % і 28,3 %.

Виробнича собівартість продукції має чітку тенденцію до збільшення. Доцільно в такому випадку проаналізувати окупність витрат на утримання кожної фуражної корови та її продуктивність.

Таблиця 2.– Динаміка загальних показників виробництва і реалізації молока

Роки	Середньорічне поголів'я	Вироблено, ц	Вироблено на 1 гол., кг	Виробнича собівартість осн. продукції, тис грн.	Реалізація продукції				Прибуток, тис грн.	Рівень товарності, %	Виробнича собівартість 1ц, грн.		Комерційна собівартість 1ц, грн.	Ціна реалізації 1ц, грн.	
					у фіз. масі, ц	собівартість реалізованої продукції, тис грн.		виручка від реалізації, тис. грн.			Виробленої продукції	Реалізованої продукції			
						виробнича	витрати на збут								
2021	612	51644	8439	25566,8	51158	23106,9	1956,8	36721,9	11658,2	99,1	495,05	451,68	489,93	717,81	
2022	612	58294	9525	33538,9	54337	30510,3	1687,2	38520,1	6322,6	93,2	575,35	561,50	592,55	708,91	
2023	700	63079	9011	38389,3	60562	33960,6	4396,2	47446,3	9089,5	96,0	608,60	560,73	633,35	783,43	
Відхилення.	Абсолютне, од.	+88	+11435	+572	+12822,5	+9404	+10853,7	+2439,4	+10724,4	-2568,7	-3,1 п.п.	+113,55	+109,07	+143,42	+65,62
	Відносне, %	+14,3	+22,1	+6,8	+50,2	+18,4	+47,0	+124,7	+29,2	-22,0		+22,9	+24,1	+29,3	+9,1

Джерело: розраховано автором на основі статистичної звітності форми № 24 Звіт про виробництво продукції тваринництва, кількість сільськогосподарських тварин і забезпеченість їх кормами та оперативної звітності з праці

Як видно з таблиці 3 збільшення витрат на утримання однієї фуражної корови суттєво перевищують приріст молочної продуктивності, що з економічної точки зору говорить про їх не виправданість і пояснюється з одного боку здорожчанням ресурсів, які задіяні в виробничий процес (корми, ПММ, ветмедикаменти тощо), а з іншого в певній мірі свідчить про відсутність контролю і правильного режиму економії.

Таблиця 3 – Порівняння темпів зміни витрат на 1 голову з темпами зміни молочної продукції

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2023 р. від 2021 р.,±
Витрати на утримання 1 гол., грн.	41775,8	54802,1	54841,9	+13066,1
Середньорічний удій, кг	8439	9525	9011	+572
Індекс зміни витрат (ланцюговий)	x	1,31	1,00	-0,31
Індекс зміни продуктивності (ланцюговий)	x	1,13	0,95	-0,18

Джерело: розраховано автором за даними таблиці 1

Як видно з таблиці сума витрат на утримання однієї фуражної корови збільшились на 1/3 в абсолютному значенні від 41775,8 грн. до 54841,9 грн. Однак в розрахунку на 1 ц продукції (виробнича собівартість) в 2023 році зменшилась в порівнянні з 2021 роком на 409,9 грн. (6,3 %) і ще суттєвіше зменшилась в порівнянні з 2022 роком – на 2187,2 грн., або на 26,4 %.

Факторами першого порядку, що впливають на собівартість 1 ц тваринницької продукції, є виробничі витрати, що припадають на 1 голову та продуктивність тварин. Функціональний тип зв'язку між даними ознаками досліджується за допомогою прийому ланцюгових підстановок. Основною причиною збільшення собівартості є збільшення витрат за рахунок чого собівартість 1 ц збільшилася на 145 грн., а за рахунок збільшення продуктивності однієї голови собівартість 1 ц молока зменшилась на 31,45 грн., а під дією вищезазначених чинників першого порядку собівартість 1 ц молока зросла на 113,55 грн. У процесі госпрозрахункової діяльності підприємство має відшкодувати свої витрати виручкою від реалізації і одержувати прибуток. Тому на прибуток в першу чергу впливає три фактори – ціна реалізації, собівартість і кількість реалізованої продукції. Міру впливу кожного з них визначимо наступним розрахунком (табл. 2.26).

Таким чином, на зменшення прибутку від реалізації вплинув єдиний чинник – збільшення собівартості і навіть збільшення (хоч і незначне) ціни і обсягу реалізації, що позитивно вплинуло на фінансовий результат відповідно на +3974,1 +2143,0

Таблиця 4 – Розрахунок впливу факторів на рівень прибутку від реалізації молока

Вид продукції	Кількість, ц			Повна собівартість 1 ц			Ціна реалізації 1 ц, грн.		
	2021 (базовий)	2023 (фактичний)	Відхилення, ±	2021 (базовий)	2023 (фактичний)	Відхилення, ±	2021 (базовий)	2023 (фактичний)	Відхилення, ±
Молоко	51158	60562	+9404	489,93	633,35	143,42	717,81	783,43	+65,62

Джерело: розраховано автором на основі попередніх розрахунків

Важливою економічною категорією, яка властива діяльності підприємств на принципах господарського розрахунку і визначає ефективність виробничо-комерційної діяльності є рентабельність. Вона характеризує дохідність, прибутковість конкретного виробництва.

Аналізуючи вплив факторів на рентабельність виробництва і продажу зазначасмо практично рівнозначний негативний вплив обох першочергових факторів: прибутку, або його зменшення та зростання суми повної собівартості на 12,6 % (на зменшення рентабельності виробництва) та виручки (на зменшення рентабельності продаж) на – 5,6 %.

Таким чином, проведений аналіз ефективності молочної галузі дозволяє зробити наступні висновки:

- собівартість виробнича і комерційна мають тенденції до зростання;
- ціна реалізації залишилася майже сталою;
- виробництво і реалізація молока на підприємстві є хоч і прибутковим видом діяльності, але низькорентабельним;
- рентабельність виробництва і продаж молока за період дослідження мають тенденцію до зменшення.

Список використаних джерел

1. Цвігун І.А., Цвігун А.Т. Проблеми розвитку молочного скотарства в регіонах України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-18>.

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стецієнко Станіслав,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра економіки та підприємництва
імені проф. І.М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

У сучасних ринкових умовах, що характеризуються жорсткою конкуренцією, динамічними змінами та глобалізацією, забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств є ключовим завданням для досягнення сталого розвитку та успіху в галузі. Українське сільське господарство, незважаючи на свій потужний потенціал, стикається з низкою викликів, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Актуальність дослідження факторів конкурентоспроможності аграрних підприємств для України обумовлена наступними причинами. По-перше, це зростання глобальної конкуренції на світових ринках сільськогосподарської продукції, що також вимагає і від українських аграрних підприємств постійного підвищення ефективності та якості своєї продукції. По-друге, це необхідність адаптації до вимог Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка передбачає лібералізацію торгівлі сільськогосподарською продукцією та гармонізацію стандартів якості. По-третє, постає значна потреба у диверсифікації експорту сільськогосподарської продукції та розширення географії ринків збуту для зменшення залежності від окремих країн-імпортерів. Також є вкрай важливим необхідність підвищення продуктивності праці та ефективності використання ресурсів у аграрному секторі України для забезпечення його конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках [2, с. 115-116].

В цілому ж конкурентоспроможність є ключовим показником ефективності діяльності суб'єктів господарювання та їхньої здатності витримувати конкурентний тиск і зберігати стійкі ринкові позиції. Дослідження факторів конкурентоспроможності підприємств дозволяє розробити стратегії та інструменти для підвищення їхньої конкурентоспроможності, що є вкрай важливим для забезпечення сталого розвитку та зростання економіки.

У науковій літературі представлені різноманітні теоретичні підходи до визначення факторів конкурентоспроможності підприємств, серед яких найбільш поширеними є:

- Ресурсний підхід - ґрунтується на концепції, що конкурентні переваги підприємства залежать від наявності та ефективного використання його ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних тощо).

- Інституційний підхід - розглядає конкурентоспроможність підприємств крізь призму інституційного середовища, в якому вони функціонують. Сучасні дослідження підкреслюють вплив формальних та неформальних інституцій (законів, норм, правил) на ефективність діяльності підприємств та їхню здатність конкурувати.

- Маркетинговий підхід - фокусується на ролі маркетингових інструментів та стратегій у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Науковці, серед яких М. Портер та Ф. Котлер, наголошують на важливості ефективного позиціонування, сегментації ринку, диференціації продукції та інших маркетингових практик для створення конкурентних переваг [1, с. 17].

- Інноваційний підхід - розглядає інновації як ключовий фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Прихильники цього підходу, такі як Й. Шумпетер та П. Друкер, наголошують на важливості впровадження інновацій у продукти, технології, бізнес-моделі та процеси для створення унікальних конкурентних переваг [3, с. 27].

Слід зазначити, що ці теоретичні підходи не є взаємовиключними, а радше доповнюють один одного, оскільки конкурентоспроможність підприємств залежить від комплексної взаємодії різноманітних факторів.

Виділяють різні види конкурентоспроможності підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Види конкурентоспроможності підприємств

Вид	Характеристика
Галузева конкурентоспроможність	Здатність підприємства конкурувати з іншими суб'єктами господарювання в межах певної галузі чи сектору економіки
Товарна (продуктова) конкурентоспроможність	Здатність товарів або послуг підприємства задовольняти потреби споживачів краще, ніж аналогічна продукція конкурентів
Цінова конкурентоспроможність	Здатність підприємства пропонувати свої товари та послуги за конкурентоспроможними цінами порівняно з іншими учасниками ринку
Нецінова конкурентоспроможність	Здатність підприємства конкурувати за рахунок нецінових факторів, таких як якість продукції, асортимент, сервіс, бренд, інновації тощо
Операційна конкурентоспроможність	Здатність підприємства ефективно організовувати виробничі процеси, управляти витратами та забезпечувати високу продуктивність
Стратегічна конкурентоспроможність	Здатність підприємства розробляти та реалізовувати ефективні конкурентні стратегії для досягнення довгострокових конкурентних переваг

Джерело: сформовано автором на основі [2, 3]

Слід зазначити, що ці види конкурентоспроможності тісно взаємопов'язані та доповнюють один одного, оскільки підприємства повинні забезпечувати конкурентоспроможність на різних рівнях та в різних сферах своєї діяльності для досягнення загального конкурентного успіху.

На сьогодні існують різноманітні методики оцінювання рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, серед яких найбільш поширеними є такі.

Індексний підхід, який передбачає розрахунок інтегральних показників (індексів) конкурентоспроможності на основі

комбінації окремих показників, що характеризують різні аспекти діяльності підприємства (виробничі, фінансові, маркетингові тощо).

Матричний підхід передбачає оцінку конкурентоспроможності підприємства за допомогою матриць, які відображають комбінацію різних факторів (наприклад, матриця БКГ, матриця McKinsey тощо). Цей підхід дозволяє наочно представити конкурентні позиції підприємства та виявити стратегічні альтернативи для їх зміцнення [2, с. 119].

Бенчмаркінговий підхід ґрунтується на порівнянні показників діяльності підприємства з аналогічними показниками конкурентів або еталонних підприємств у галузі (бенчмарками). Це дозволяє визначити відносну конкурентоспроможність підприємства та виявити резерви для її підвищення.

Методика EFQM (Європейська модель ділової досконалості) передбачає оцінку конкурентоспроможності підприємства на основі аналізу ключових аспектів його діяльності, таких як лідерство, політика та стратегія, персонал, партнерство та ресурси, процеси тощо. Ця методика дозволяє комплексно оцінити конкурентні позиції підприємства та розробити заходи для їх посилення.

Метод експертних оцінок базується на залученні досвідчених фахівців (експертів) у відповідній галузі для оцінювання конкурентоспроможності підприємства за певними критеріями та показниками. Цей метод дозволяє врахувати специфічні особливості галузі та підприємства, а також комбінувати об'єктивні та суб'єктивні фактори.

Вибір конкретної методики оцінювання конкурентоспроможності аграрних підприємств залежить від мети дослідження, специфіки галузі, доступності даних та інших факторів. Часто доцільно використовувати комбінацію різних методик для отримання найбільш повної та об'єктивної оцінки.

Формування конкурентних переваг аграрних підприємств в умовах ринкової економіки має свої специфічні особливості, зумовлені характерними рисами сільськогосподарського виробництва та суттєвим впливом природно-кліматичних факторів. Ключовими особливостями формування конкурентних переваг аграрних підприємств в умовах ринкової економіки є наступні. По-перше, це залежність від природно-кліматичних умов та сезонності виробництва, яка вимагає від підприємств ефективного управління ризиками, пов'язаними з несприятливими погодними явищами, а також оптимізації виробничих циклів та формування стратегічних запасів. По-друге, значну роль відіграють наявні земельні ресурси та родючість ґрунтів, так як доступ до якісних земельних ресурсів є критичним фактором для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств, що вимагає впровадження ефективних систем землекористування та збереження родючості ґрунтів. По-третє, це висока капіталомісткість та тривалий виробничий цикл, що в свою чергу зумовлює необхідність залучення значних інвестицій, ефективного управління оборотним капіталом та оптимізації виробничих витрат. Четвертою особливістю є важливість інноваційних технологій та цифровізації. Так, впровадження інноваційних рішень у сфері точного землеробства, біотехнологій, автоматизації та цифрових платформ є ключовим фактором підвищення продуктивності та конкурентоспроможності аграрних підприємств. П'ятою особливістю є вплив державної політики та регулювання. Конкурентні позиції аграрних підприємств значною мірою залежать від ефективності державної політики у сфері сільського господарства, зокрема, заходів підтримки, регулювання ринків та торговельних режимів. Також важливу роль відіграє кооперація та інтеграційні процеси в сільському господарстві. Об'єднання зусиль аграрних підприємств у формі кооперативів, кластерів та інтегрованих структур дозволяє реалізувати ефект масштабу, підвищити ефективність логістики та маркетингу, а також посилити переговорні позиції на ринку.

Таким чином, формування конкурентних переваг аграрних підприємств в умовах ринкової економіки вимагає врахування широкого спектру факторів, від раціонального використання природних ресурсів до впровадження інновацій, розвитку інтеграційних зв'язків та ефективної державної політики підтримки галузі.

Вивчення та адаптація зарубіжного досвіду у сфері забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств є важливим аспектом для підвищення ефективності вітчизняного агропромислового комплексу. Дослідження провідних міжнародних організацій та науковців підкреслюють актуальність цього питання.

Як зазначено у звіті Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) «Стан світового сільського господарства та продовольства», обмін передовим досвідом та адаптація успішних практик підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств у різних країнах є ключовим елементом забезпечення світової продовольчої безпеки та сталого розвитку сільських територій [1, с. 19].

Серед країн, досвід яких заслуговує на увагу в контексті забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств, можна виділити США, Нідерланди, Канаду та інші. Так, в США провідну роль відіграють інноваційні технології, ефективна система державної підтримки через субсидії та кредитні програми, розвинута інфраструктура зберігання та логістики. В Нідерландах існує високий рівень інноваційності та цифровізації, акцент на сталому розвитку та органічному виробництві, ефективна кооперація та кластеризація. В Канаді значну роль відіграє державно-приватне партнерство, системи страхування ризиків, існує фокус на експорті та диверсифікації ринків збуту. Австралія використовує ефективне управління водними ресурсами, здійснює адаптацію до змін клімату, підтримує розвиток агротуризму та виробництва продуктів преміум-класу. Німеччина робить акцент на розвитку біотехнологій, точному землеробстві та енергоефективності виробництва, сильна система професійної підготовки кадрів.

Можливості адаптації зарубіжного досвіду для України включають:

- стимулювання інноваційної діяльності та цифровізації аграрного сектору через державні програми підтримки та податкові преференції;
- розвиток систем страхування ризиків та управління водними ресурсами з урахуванням змін клімату;
- сприяння кооперації та кластеризації аграрних підприємств для підвищення ефективності виробництва, переробки та збуту продукції;
- удосконалення системи професійної підготовки кадрів для аграрного сектору відповідно до сучасних вимог та світових стандартів;
- посилення державної підтримки органічного виробництва, брендингу та маркетингу агропродукції на зовнішніх ринках;
- розвиток агротуризму та виробництва продуктів з високою доданою вартістю для диверсифікації сільської економіки

[3, 4].

Слід зазначити, що процес адаптації зарубіжного досвіду має відбуватися з урахуванням специфічних умов та ресурсного потенціалу України, а також послідовного реформування нормативно-правової бази та напрямів державної політики у сфері сільського господарства.

Забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств є ключовим завданням для сталого розвитку сільського господарства України та зміцнення її позицій на світових ринках. А дослідження забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств в Україні є вкрай актуальним завданням, що має важливе наукове, практичне та стратегічне значення для розвитку національної економіки, підвищення її конкурентоспроможності на світових ринках та забезпечення продовольчої безпеки країни.

Список використаних джерел

1. Грабовський Р., Дадак О., Дорош-Кізим М. Конкурентоспроможність сільського господарства України на зовнішніх ринках та шляхи її підвищення. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія: Економічні науки.* 2022. Т. 24. № 100. С. 16-21.
2. Строченко Н.І., Ковальова О.М. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: сутність та напрямки зміцнення. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2024. №19. С. 114-121.
3. Зось-Кіор М.В., Калюжний С.О. Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. *Економіка та держава.* 2020. № 3. С. 23-27.
4. Федик О.В. Проектування заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету.* 2021. Вип. 63. С. 205-208.

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В СУЧАСНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Єфанов Володимир,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва
ім. проф. І.М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Формування ефективного мотиваційного механізму в сучасних аграрних підприємствах є вкрай актуальним питанням в аграрному секторі України, адже людський капітал виступає ключовим драйвером конкурентоспроможності та сталого розвитку галузі. Аналіз наукових досліджень та емпіричних даних засвідчує нагальну потребу в розробці та впровадженні дієвих мотиваційних механізмів для підвищення продуктивності праці, залучення та утримання висококваліфікованих кадрів у сільському господарстві.

Теоретичні аспекти дослідження охоплюють різноманітні концепції та теорії мотивації, такі як теорія ієрархії потреб Маслоу [1], теорія мотивації досягнень Мак-Клелланда [2], теорія очікувань Врума, теорія справедливості Адамса тощо. На сьогодні менеджменту сільськогосподарського підприємства необхідно враховувати можливість використання цих теорій в контексті сільськогосподарського виробництва, враховуючи специфіку галузі та особливості мотиваційних чинників для різних категорій працівників (керівники, спеціалісти, робітники). Основними складовими ефективною системи мотивації на сільськогосподарських підприємствах є матеріальна мотивація (заробітна плата, премії, бонуси), нематеріальна мотивація (визнання, кар'єрне зростання, навчання та розвиток, соціальні пакети), а також організаційна культура та корпоративні цінності, що сприяють формуванню почуття причетності та лояльності до підприємства [3 с. 99].

Одна з поширених класифікацій передбачає поділ методів мотивації на економічні (матеріальні) та неекономічні (нематеріальні). До економічних методів належать ті, що базуються на матеріальному стимулюванні працівників, наприклад, системи оплати праці, премії, бонуси, участь у прибутках тощо. Як зазначають О. В. Гривківська та М. І. Дрогомирецька у своїх дослідженнях, в умовах ринкової економіки економічні методи мотивації відіграють провідну роль у забезпеченні ефективною праці персоналу на сільськогосподарських підприємствах [3, с. 99-100; 4, с. 89].

Більш деталізована класифікація методів мотивації праці на сільськогосподарських підприємствах може включати такі групи (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація методів мотивації праці на сільськогосподарських підприємствах

Вид методу	Напрямок методу	Складові методи
1. Економічні (матеріальні) методи	Методи прямого матеріального стимулювання	заробітна плата, премії, бонуси, участь у прибутках
	Методи непрямого матеріального стимулювання	соціальні пакети, оплата транспортних витрат, харчування тощо
2. Організаційно-адміністративні методи	Методи розподілу та кооперації праці	раціональний розподіл обов'язків, формування ефективних робочих груп
	Методи встановлення дисципліни праці	нормування, регламентування, інструкції
3. Соціально-психологічні методи	Методи морального стимулювання	подяки, нагороди, визнання заслуг
	Методи формування корпоративної культури	традиції, цінності, норми поведінки
	Методи задоволення потреб у самореалізації	делегування повноважень, участь у прийнятті рішень
4. Методи розвитку персоналу	Методи професійного навчання та підвищення кваліфікації	навчання, підвищення кваліфікації
	Методи кар'єрного зростання та планування кар'єри	планування кар'єри, кар'єрне зростання

Джерело: складено автором на основі [3, 4]

Безумовно, матеріальне стимулювання є одним із ключових чинників, що визначають мотивацію та продуктивність праці працівників на сільськогосподарських підприємствах. Заробітна плата є основною формою винагороди за виконану роботу. Доцільно використовувати декілька систем оплати праці, зокрема погодинну, відрядну та акордну. Погодинна система передбачає оплату за фактично відпрацьований час, тоді як відрядна та акордна системи базуються на оплаті за обсяг виконаних робіт або завдань. Належний рівень заробітної плати, що відповідає кваліфікації та інтенсивності праці, позитивно впливає на мотивацію працівників, їхню лояльність та прагнення досягати високих результатів.

Премії є додатковою винагородою за досягнення певних показників або виконання особливо важливих завдань. Вони можуть бути періодичними (щомісячними, кварталними) або разовими. Премії стимулюють працівників підвищувати продуктивність праці, дотримуватися технологічних вимог та забезпечувати високу якість виконаних робіт.

Бонуси є одноразовими виплатами, що здійснюються за досягнення визначених цілей або за особливі заслуги перед підприємством. Вони можуть бути прив'язані до індивідуальних або колективних результатів діяльності. Бонуси підвищують зацікавленість працівників у досягненні поставлених завдань та сприяють їхній лояльності до підприємства [5].

Методи непрямого матеріального стимулювання є важливим інструментом мотивації працівників на сільськогосподарських підприємствах. Вони доповнюють прямі форми матеріального стимулювання та забезпечують додаткові переваги для працівників, що позитивно впливає на їхню лояльність, задоволеність роботою та продуктивність праці. Так, соціальні пакети включають комплекс додаткових пільг і винагород, що надаються працівникам поверх основної

заробітної плати. Вони можуть містити оплату медичного страхування, надання путівок на оздоровлення, організацію дозвілля та відпочинку, допомогу у вирішенні житлових питань тощо. Надання соціальних пакетів демонструє турботу підприємства про добробут своїх працівників, що сприяє формуванню позитивного іміджу роботодавця та підвищує лояльність персоналу [5].

Методи морального стимулювання відіграють важливу роль у мотивації працівників сільськогосподарських підприємств. Незважаючи на те, що вони не мають безпосереднього матеріального виміру, ці методи здатні значно підвищувати задоволеність роботою, лояльність персоналу та його прагнення до досягнення кращих результатів [3, с. 98].

Так, вираження подяки є одним із найпростіших, але водночас ефективних методів морального стимулювання. Публічне визнання заслуг працівника, усна або письмова подяка від керівництва підкреслюють його внесок у діяльність підприємства та викликають відчуття цінності та поваги. Це сприяє формуванню позитивного емоційного клімату в колективі та підвищує мотивацію працівників.

Методи професійного навчання та підвищення кваліфікації є важливою складовою комплексної системи мотивації працівників на сільськогосподарських підприємствах. Ці методи спрямовані на розвиток професійних компетенцій персоналу, оновлення їхніх знань та навичок, що, у свою чергу, позитивно впливає на продуктивність праці, якість виконуваних робіт та конкурентоспроможність підприємства. Професійне навчання передбачає отримання працівниками нових знань, умінь та навичок, необхідних для ефективного виконання їхніх обов'язків. Воно може здійснюватися у формі курсів, тренінгів, семінарів, майстер-класів або стажувань. Професійне навчання дозволяє працівникам ознайомитися з новітніми технологіями, методами роботи та інноваціями у відповідній галузі, що сприяє підвищенню їхньої кваліфікації та адаптації до змін у виробничому процесі [4].

Підвищення кваліфікації спрямоване на вдосконалення та поглиблення наявних знань і навичок працівників. Воно може відбуватися шляхом проходження курсів, участі у конференціях, семінарах або практичного стажування на більш високих посадах. Підвищення кваліфікації забезпечує постійний професійний розвиток персоналу, дозволяє йому бути обізнаним з актуальними тенденціями та передовим досвідом у своїй сфері діяльності.

Методи професійного навчання та підвищення кваліфікації позитивно впливають на мотивацію працівників, оскільки демонструють турботу підприємства про їхній професійний розвиток та створюють можливості для кар'єрного зростання. Це сприяє підвищенню задоволеності роботою, лояльності до підприємства та прагненню досягати кращих результатів.

В цілому ж, застосування різноманітних методів мотивації праці з урахуванням специфіки сільськогосподарського виробництва є важливою складовою формування дієвої системи стимулювання персоналу на аграрних підприємствах. Комбінація економічних, організаційних, психологічних та освітніх методів дозволить підвищити продуктивність праці, залучити й утримати кваліфіковані кадри, а також забезпечити сталий розвиток аграрного сектору України.

Впровадження ефективної системи мотивації на сільськогосподарському підприємстві матиме позитивний вплив на роботу працівників та на загальну конкурентоспроможність підприємства. Вона сприятиме підвищенню продуктивності праці, покращенню якості виконуваних робіт, зміцненню лояльності до підприємства та зниженню плинності кадрів. Крім того, задоволені та вмотивовані працівники створюватимуть позитивний імідж підприємства як відповідального роботодавця.

Список використаних джерел

1. Maslow A.H. A Theory of Human Motivation. Psychological Review.
2. McClelland D.C. Assessing Human Motivation. NY., 1971.
3. Дрогомирецька М.І. Мотивація праці як інструмент ефективного управління персоналом сучасної організації. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2019. Т. 18. Вип. 1 (1). С. 97-101.
4. Гривківська О. В. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 9. С. 86-91.
5. Капліна А. І. Алгоритм розробки та застосування системи мотивації на підприємствах аграрної галузі. *Ефективна економіка*. 2023. No 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 03.05.2024)

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМА ЦІНОУТВОРЕННЯ В АСПЕКТІ КОНКУРЕНЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Мішенін Євген

д. е. н., проф., Інститут агроекології та природокористування НААН України

Прагнення аграрних підприємств до стійкого розширення, досягнення монопольного становища на ринку, максимізації прибутку за рахунок підвищення цін продажу є загальноприйнятою мотиваційною основою підприємництва. Проте, зростаюча взаємозалежність економічних, соціальних і екологічних інтересів підприємств та споживачів в кінцевому рахунку призвели до того, що до завдань маркетингу почали включати соціально-екологічні параметри життєдіяльності населення (раціональне харчування, екологічну безпеку агропромислової продукції тощо).

Урахування соціально-еколого-економічних факторів у механізмі ціноутворення є основною передумовою сталого розвитку. В ринкових умовах роль цін на товари і послуги важко переоцінити, оскільки вони відображають дефіцит виробничих і природних ресурсів, а також споживчих товарів. Як відомо, ціна конкретного товару визначається не лише обсягом витрат, необхідних для його виробництва, але й користю, яку він може приносити.

Положення про те, що механізми ринкового ціноутворення роблять розподіл ефективним, побудовано на припущенні, начебто всі вигоди і витрати, пов'язані з виробництвом і споживанням кожного природомісткого і екологомісткого товару, повністю відображаються в кривих ринкового попиту та пропозиції. Таким чином, вважається, що у процесі виробництва і споживання товарів і послуг не існує зовнішніх (негативних і позитивних) побічних ефектів, переливів вигод і витрат [1, с. 91-93]. Значення цін для нормального протікання процесів відтворення екологічної якості довкілля визначається їх основними функціями. У першу чергу, ціни виконують вимірювально-інформаційну функцію. За їх допомогою можна виразити в єдиній грошовій формі різноманітні за своєю натуральною формою ресурси (асиміляційний потенціал довкілля, неоцінені негативні побічні ефекти деградації земельних ресурсів та ін), витрати і результати природоохоронної діяльності. В кінцевому рахунку, ціна є важливим критерієм вибору, орієнтиром для прийняття оптимальних управлінських рішень, надаючи необхідну інформацію про потреби в екологічно чистих товарах (зокрема, продуктах харчування), вигідність їх виробництва, можливості урахування зовнішніх (екстернальних) витрат екологічної діяльності аграрних підприємств. Екологічний фактор у механізмі ціноутворення впливає і на розподільну функцію цін. Включення в ціни екологічної складової по-різному впливає на розподіл національного доходу і валового внутрішнього продукту. За допомогою цін регулюється відшкодування внутрішніх і зовнішніх витрат природокористування (зокрема, забруднення). Впливають ціни і на створення доходів і нагромаджень природоохоронного призначення в різних секторах економіки, регіонах, територіальних громадах, на рівні бізнес-підприємницьких структур.

Для більш повного урахування екологічного фактора в ціноутворенні особливе значення має стимулююча (заохочувальна) функція цін. Стимулюючий вплив ціни на продукцію підприємств-забруднювачів може виявлятися по різних напрямках. За допомогою цін можуть заохочуватися, насамперед, ті підприємства-забруднювачі, що досягають добрих результатів у плані зниження екологічних витрат. Підвищення або зниження ціни за рахунок екологічної складової може стимулювати, або ж, навпаки, стримувати придбання продукції. Підприємства можуть заохочуватися до випуску нової екологічно чистої продукції за рахунок вищої ціни.

Механізм державного регулювання цін може здійснюватися за допомогою таких методів: встановлення фіксованих цін на конкретні товари (використання даного методу є характерним, в основному, для адміністративно-командної економіки); шляхом прямого впливу на ціни за допомогою певних обмежень, або окремих складових ціни, або ж самої ціни на товар (цей метод застосовується при функціонуванні системи договірних цін та їх лібералізації); за допомогою непрямого впливу на ціни, шляхом використання державою економічних важелів (наприклад, екологічне оподаткування). Механізм регулювання цін з урахуванням екологічного фактора виступає як система організаційно-економічних заходів інституціонального характеру, покликаних найповніше відобразити екологічні витрати виробництва на основі відповідної зміни рівнів цін для подолання соціально-еколого-протиріччя, пов'язаних із забрудненням (деградацією) навколишнього середовища і раціональним використанням природних ресурсів. Регулювання цін з урахуванням екологічного фактора можна представити і як організаційно-інституціональну систему впливу на ціни, за допомогою якої створюються якісно нові умови функціонування закону вартості у практичній реалізації принципів сталого розвитку.

Екологізація ціноутворення включає регулювання цін на природомістку та екологомістку продукцію з метою більш повного відображення реальної суспільної вартості природних ресурсів, їх обмеженості (дефіцитності) і соціально-екологічного значення, а також екологічної ціни виробництва.

Включення повних екологічних витрат у витрати підприємств часто називають абсолютним обліком витрат []. Це лише теорія, однак вона зазнає певних змін в залежності від різних умов, зокрема у контексті методології сталого розвитку, а також глобальних екологічних та кліматичних викликів. Вирогідність у визначенні дійсних і майбутніх витрат у результаті деградації довкілля не може використовуватися при виправданні того, що важко встановити вартість порушення навколишнього природного середовища. Зазначимо, що бізнес-підприємницькі структури, яка здійснюють стратегічне планування без урахування соціально-еколого-економічних потреб споживачів аграрної продукції, обов'язково зазнають у найближчій перспективі гострої конкуренції. Сфера стратегічного планування повинна передбачати механізм взаємодії менеджменту і маркетингу

Список використаних джерел

1. Мішенін Є. В., Косодій Р. П., Бутенко В. М. Соціально-економічні та фінансові проблеми сільського розвитку: монографія. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2019. 334 с.

Секція 3. Економічне забезпечення підприємницьких структур. підключення за посиланням

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВОМ

Воробйова Ірина,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Напрями оптимізації використання ресурсів аграрних підприємств в рамках запропонованого механізму розподілені так:

1. Зміни у науково-технічному рівні виробництва передбачає реалізацію наступних заходів:

- удосконалення якості технічного обладнання, зокрема в галузі виробництва сільськогосподарської продукції;
- впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- впровадження новітньої техніки і технології на основі досягнень науково-технічного прогресу;
- підвищення рівня автоматизації та роботизації технологічних процесів і виконання допоміжних робіт;
- зменшення втрат та відходів виробництва, оптимізація технологічних процесів для скорочення відходів та втрат ресурсів за допомогою вищезазначених чинників.
- забезпечення високої якості сировинних ресурсів та матеріалів, необхідних для виробництва сільськогосподарської продукції.

- впровадження нових типів сировинних матеріалів, використання економічних сортів сировини та матеріалів, включаючи наукомісткі аналоги, що сприяють підвищенню урожайності в рослинництві та продуктивності в тваринництві; покращення якості, екологічних показників та терміну зберігання продукції аграрних виробників;

- визначення оптимальних формул замовлення; підвищення ступеня спеціалізації виробництва.

2. Використання вторинних матеріальних ресурсів. Це обумовлено тим, що кількісний рівень відходів у сільськогосподарському виробництві, а також ступінь їх подальшого використання, стають ключовими показниками ефективності застосування досягнень науково-технічного прогресу в агропродовольчій галузі. Застосування нововведень науково-технічного прогресу в агропродовольчій галузі виражається у русі до більш високого рівня модернізації технологій ресурсозбереження та ресурсозаощадження. У результаті цього процесу, виробництво сільськогосподарської продукції супроводжується меншим обсягом відходів та втрат. Це, в свою чергу, призводить до досягнення соціальних, економічних та екологічних результатів у розвитку агросфери. В майбутньому усі учасники аграрного ринку повинні здійснити перехід на високопродуктивні технології. Це той випадок, коли ефективно використовують ресурси та мають мінімальну кількість відходів. Це означає, що відходи одного етапу агропромислового виробництва повинні стати сировиною для іншого етапу виробництва, утворюючи цикл, в якому кожен етап забезпечує наступний "виробничий ланцюг" своїми відходами. Внаслідок цього формується основа для переходу до замкнутого виробничого циклу, в межах якого невикористані відходи будуть зменшені до мінімуму, перетворюючись на корисні продукти.[3].

Зокрема, цей напрям передбачає впровадження наступних заходів: інтегроване використання сировини та матеріалів всіма учасниками агропродовольчої сфери; застосування безвідходних та екологічно чистих технологічних процесів; відновлення використаних ресурсів, матеріалів, продукції; збір, заготівля та переробка відходів виробництва та споживання; вдосконалення організації та планування збору, заготівлі та використання вторинної сировини.

3. Для аграрного виробництва вельми значущим є наступний аспект: "Ефективне використання паливно-енергетичних ресурсів". Саме ця частина виробничого потенціалу аграрного підприємства вимагає значних витрат на його реалізацію. Вказаний напрям повинен включати такі заходи, як: впровадження техніки та технологій, спрямованих на збереження енергії; використання технологій з меншим енергоспоживанням; заміна застарілого та енергоємного обладнання; застосування процесів з меншим споживанням палива та енергії; використання відпрацьованого та відведеного тепла; ефективне використання місцевих енергоресурсів, таких як біомаса, деревесні та рослинні відходи, торф, рослинні масла, гній, стоки тощо; розробка, впровадження технологій та обладнання для переробки біомаси, рослинних та деревних відходів у високоякісне рідке, газоподібне та тверде паливо; біоконверсія гною в біогаз і добрива[1].

4. Вдосконалення організації та управління, цей напрям включає: автоматизацію та комп'ютеризацію системи управління ресурсами; ефективний розподіл матеріальних ресурсів та використання наднормативних запасів у процесі управління; покращення систем управління та аналізу використання ресурсів на сільськогосподарському підприємстві; планування та управління запасами на рівні, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства; оптимізація економічних зв'язків та закупівель; вдосконалення системи руху товарів в мережі, включаючи поліпшення умов зберігання та транспортування матеріальних ресурсів і готової продукції; впровадження новітніх видів тари, упаковки та транспортування; оптимізація обсягів та структурного співвідношення виробничих і товарних запасів виробництва; вдосконалення нормування, регламентації та використання земельних ресурсів підприємства; створення системи управління зовнішньоекономічними зв'язками, що включає міжнародну виробничо-комерційну співпрацю, впровадження технологічних інновацій та вихід на міжнародні ринки; управління постачанням продукції з високим рівнем технологічної готовності відповідно до вимог споживачів.

5. Впровадження соціальних заходів, з метою поліпшення організаційно-економічних аспектів використання виробничих ресурсів аграрними підприємствами, а саме: виокремлення технічного, фінансового, управлінського і комерційного персоналу, що проходить на конкурсній основі, інтегруючи професійне тестування з урахуванням конкретних вимог та спеціалізації, підприємства; підвищення кваліфікації персоналу; поліпшення умов та методів стимуляції праці;

контроль та стимулювання, щодо раціонального використання всіх видів ресурсів аграрного підприємства; побудова моделі поведінки працівників, спрямованої на ресурсозаощадливість та ресурсозбереження; розвиток взаємодії з громадськістю[2].

Хоча наведені вище напрями мають чітке розмежування, їхнє комплексне застосування виявиться ключовим для впровадження організаційно-економічного механізму і підвищення ефективності використання виробничого потенціалу аграрного підприємства.

Таким чином, в запропонованому механізмі виділено фактори, які сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів аграрних підприємств, і ці фактори можна розподілити на три групи.

Перша група включає в себе технологічні аспекти ефективного використання ресурсів - це заходи, пов'язані із вдосконаленням технологічних процесів у виробництві сільськогосподарської продукції.

Друга група охоплює конструктивні фактори збереження ресурсів, що включають заходи для поліпшення проектно-конструкторських рішень і методів розрахунку.

Третя група включає організаційно-економічні аспекти економії ресурсів, що передбачають заходи для удосконалення організаційних та економічних умов використання ресурсів.

Наступним ключовим елементом запропонованого механізму є функції. Вони можуть бути загальними (які передбачають реалізацію стандартного комплексу управлінських функцій у сфері ресурсного менеджменту та ресурсозбереження) та специфічними – вони характерні тільки для області управління ефективністю використання ресурсів аграрного підприємства. Таким чином, можна обґрунтувати виділення наступних загальних функцій у запропонованому механізмі:

- планування та прогнозування потреби в виробничих ресурсах підприємства має ґрунтуватися на системі визнаних нормативів витрат конкретного виду ресурсу на кожну одиницю виробленої продукції. У зв'язку з цим, аграрним підприємствам треба приділяти увагу системі встановлення норм і стандартів;

- організації - вона включає, по-перше, створення ефективної структури управління ресурсами сільськогосподарського підприємства. По-друге, у процесі виробництва, що безпосередньо пов'язаний з використанням ресурсів, виникає потреба в регулюванні ресурсозбереження та ресурсозаощадження. Це призводить до третього аспекту - обліку витрат ресурсів на виробництво продукції та аналіз ресурсоспоживання, що дозволяє визначити тенденції та закономірності у розвитку організаційно-економічного механізму ресурсозбереження. Такий аналіз дозволяє виявити резерви, спрямовані на підвищення ефективності використання виробничих ресурсів;

- мотивації, яка спрямована на побудову у працівників підприємства моделі поведінки, що сприяє ефективному використанню різних видів ресурсів. Ця поведінкова модель включає в себе ресурсоощадливий та ресурсозберігаючий підхід, і сприяє стимулюванню такої ефективної поведінки. Важливо, що ці методи застосовуються не лише в системі управління ресурсним потенціалом, але й усіма працівниками аграрного підприємства;

- контролю, яка в даному механізмі повинна бути реалізована через постійний нагляд за всіма етапами виробничого циклу. Це дозволяє виявляти відхилення обсягу витрат ресурсів на одиницю виробленої продукції в порівнянні з встановленими підприємством нормативами, а також визначати причини цих відхилень. Організація контролю якості виробленої продукції та її безпеки для споживача є необхідною умовою для утримання високого рівня конкурентоспроможності, а також підвищення цінних показників реалізації товарної продукції. Результати даного процесу підлягають оцінці, що вказує на ступінь досягнення виконавцями поставлених параметрів управлінської підсистеми. Всі висновки, отримані в результаті аналізу рівня досягнення результату, використовуються керівником при прийнятті рішень в організаційно-економічному механізмі.

Серед специфічних функцій підвищення результативності використання ресурсів у рамках запропонованого механізму можна визначити наступні:

- моніторинг і виявлення потенційних та фактичних джерел економії, а також методів раціонального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів;

- оцінка рівня ефективності використання ресурсного потенціалу аграрного підприємства;

- аналіз можливостей збільшення прибутку через застосування процесів, спрямованих на збереження ресурсів, скорочення енерго- та матеріаловитрат виробництва, скорочення виробничого циклу, покращення якості продукції та забезпечення її конкурентоспроможності;

- захист навколишнього середовища та відповідність екологічним стандартам, застосування економічних та нетрадиційних матеріалів і джерел енергії, розширення використання вторинних ресурсів і побічних продуктів, організація повної переробки виробничих відходів і матеріалів, а також підвищення збору та утилізації побутових відходів.

Отже, запропонований організаційно-економічний механізм для підвищення ефективності використання ресурсів на сільськогосподарському підприємстві, враховуючи адаптивні характеристики його компонентів та їх функціональні особливості, сприятиме систематизації взаємодії всіх видів ресурсів з метою підвищення їх ефективності під час діяльності сільськогосподарського підприємства. Це створить сприятливі умови для комплексного економічного, екологічного та соціального розвитку окремих суб'єктів агропродовольчої сфери та галузі в цілому.

Список використаних джерел:

1. Мацко Н. Г. Управління розвитком виробничого потенціалу промислового підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2017. Вип. 23(2). С. 69-72. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhd_u_en_2017_23\(2\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhd_u_en_2017_23(2)_17) (дата звернення 21.11.2023)

2. Ільчук В. Кластеризація у формуванні виробничого потенціалу підприємств реального сектору економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 4. С. 7-15.

3. Терещенко С.І Алгоритм визначення оптимального рівня ресурсного потенціалу сільськогосподарських . Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон: ХДУ, 2017.- Вип.15.Ч.4. с.80-83

МАКСИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ УПРАВЛІННЯ ЧИННИКАМИ ЙОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**Зеленський Андрій**аспірант спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
Сумський національний аграрний університет

Фінансовий результат (прибуток) є синтетичним показником, який формується під дією великої кількості факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, факторів, які здійснюють прямий і опосередкований вплив, факторів, які мають різний управлінський тиск, тому і вплив показників на зміну прибутку можна визначити за допомогою факторного аналізу [1].

Будь-яка зміна прибутку в динаміці спонукає до прийняття управлінських рішень, направлених на розробку заходів щодо виявлення впливу факторів як на позитивні, так і негативні динамічні зміни, та усунення негативних чинників і розвиток позитивних векторів розвитку.

Загальний прибуток від реалізації продукції буде залежати від 4-х факторів першого порядку:

- обсягу реалізованої продукції (Q);
- складу і структури реалізованої продукції (n);
- рівня середньореалізаційних цін (ц);
- комерційної (повної) собівартості (С), яка в свою чергу включає в себе виробничі витрати, накладні

управлінські витрати і витрати на збут.

Кожен з факторів може як позитивно, так і негативно впливати на кінцевий фінансовий результат.

Розрахунки проведемо окремо по галузі рослинництва, галузі тваринництва і по обсягу реалізованої продукції в цілому по підприємству.

Таблиця 1 – Розрахунок впливу факторів на фінансовий результат галузі рослинництва ПСП «Обрій»

Показники	2021 р.	2023 р.	Умовний показник
Повна собівартість, тис. грн.	5626	6164	7204,5
Виручка від реалізації, тис. грн.	9108	16621	12521,3
Фінансовий результат прибуток (+) збиток (-), тис. грн.	3482	10457	5316,8
Показники	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	
Відхилення – всього, в т.ч. за рахунок зміни:	+6975,0	100,0	
- собівартості	+1040,5	14,9	
- ціни реалізації	+4099,7	58,8	
- обсягу реалізації	+977,0	14,0	
- структури реалізації продукції	+857,8	12,3	

Примітка 1. Відсоток перевиконання плану виробництва становить $28,06 = ((7204,5 / 5626) * 100 - 100)$

Джерело: розраховано автором з використанням форми № 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Умовний показник в даній і інших таблицях визначений з розрахунку обсягу виробництва і реалізації – звітного року і вартісної оцінці – базисного.

Аналіз проведених розрахунків за результатами реалізації продукції галузі рослинництва показав, що всі фактори першого порядку позитивно вплинули на динаміку прибутку. В цілому прибуток в галузі рослинництва зріс на 6975,0 тис. грн. Найсуттєвіші результати в плані збільшення прибутку отримали в межах особливих умов товарного ринку – зростання середньореалізаційних цін. Із загальної суми приросту прибутку за рахунок ціни додатково отримано 58,8 %. За рахунок зменшення собівартості продукції додатково отримано 1040,5 тис. грн.

План реалізації в звітному періоді перевиконано на 28,06 %, що обумовило при інших позитивних змінах збільшення прибутку на 977,0 тис. грн., що в структурі приросту займає 14,0 %. Крім того, були позитивні структурні зрушення на користь більш рентабельної продукції, що обумовило додаткову суму прибутку в обсязі 857,8 тис. грн. Управлінські рішення в питаннях реалізації продукції рослинництва в 2023 році були більш ефективними в порівнянні з 2021 роком.

В галузі тваринництва ситуація відрізняється від виявленої в попередніх дослідженнях. Перш за все в результаті реалізації продукції тваринництва хоч і отримано прибуток, але його розмір менший за базовий період, при незмінному складі виробництва. Прибутку в 2023 році отримано на 2065 тис. грн. менше. Три фактори: зміна собівартості (збільшення), зменшення обсягу реалізації продукції взагалі і в тому числі більш високорентабельної, сприяло зменшенню прибутку відповідно на 810,1 тис. грн. і 464,2 тис. грн. І лише за рахунок збільшення ціни реалізації продукції тваринництва за період дослідження додатково в галузі отримано 1863,8 тис. грн. Але це не змінило (лише зменшило) негативну дію попередніх факторів.

Таблиця 2 – Аналіз впливу факторів на фінансовий результат галузі тваринництва ПСП «Обрій»

Показники	2021 р.	2023 р.	Розрахункова величина
Повна собівартість, тис. грн.	15840	16467	13812,5
Виручка від реалізації, тис. грн.	22169	20731	18867,2
Фінансовий результат прибуток (+) збиток (-), тис. грн.	6329	4264	5054,7
Відхилення – всього, в т.ч. за рахунок зміни:			
- собівартості	x	x	-2065,0
- ціни реалізації	x	x	-2654,5
- обсягу реалізації	x	x	+1863,8
- структури реалізації продукції	x	x	-810,1
			-464,2

Джерело: розраховано автором з використанням форми № 50-сг Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств, № 21-заг. Звіт про реалізацію продукції сільського господарства та № 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Два чинники негативно вплинули на фінансовий результат – це збільшення собівартості реалізованої продукції і зменшення обсягу реалізації (-2,1 % від 2019 р.) відповідно на 1614 і 205 тис. грн. Що по суті є прямими резервами, мобілізація яких сприяла б підвищенню суми валового прибутку на 1819 тис. грн.

Зміни в структурі реалізації і збільшення середньореалізаційних цін на продукції позитивно вплинули на фінансовий результат. При незмінних інших факторах додатково підприємство отримало б прибутку в сумі 6729 тис. грн.

Таблиця 3 – Аналіз впливу факторів на фінансовий результат від реалізації продукції ПСП «Обрій»

Показники	2021 р.	2023 р.	Розрахункова величина
Повна собівартість, тис. грн.	21466	22631	21017
Виручка від реалізації, тис. грн.	31277	37352	31388
Фінансовий результат прибуток (+) збиток (-), тис. грн.	9811	14721	10371
Відхилення – всього, в т.ч. за рахунок зміни:			
- собівартості	x	x	+4910
- ціни реалізації	x	x	-1614
- обсягу реалізації	x	x	+5964
- структури реалізації продукції	x	x	-205
			+765

Джерело: розраховано автором з використанням форми № 50-сг Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств, № 21-заг. Звіт про реалізацію продукції сільського господарства та № 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Для більш детального проведення аналізу впливу чинників на фінансовий результат і визначення напрямів мобілізації резервів підвищення прибутку доцільно провести факторний аналіз в розрізі кожного виду продукції.

Таким чином, для забезпечення прибутковості підприємства необхідно вживати комплекс заходів, направлених на збільшення доходів і зменшення витрат. Оскільки левову долю прибутку ПСП «Обрій» отримує від основної (операційної) діяльності, то саме в цьому напрямі повинна бути зосередженою увага управлінських служб, для вжиття заходів, направлених на:

- збільшення обсягу готової продукції;
- зниження собівартості на всіх етапах формування;
- підвищення якості продукції;
- удосконалення асортименту реалізованої продукції в частині підвищення долі високорентабельного товару;
- підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів;
- покращення продуктивності і організації праці;
- залучення ефективного капіталу тощо.

Операційна діяльність займає пріоритетне місце в порівнянні з іншими видами діяльності, в процесі операційної діяльності генерується переважна сума прибутку підприємства, а тому управління операційним прибутком є першочерговим завданням.

Список використаних джерел

1. Белінська С. М., Крисіна І. О. Управління прибутком підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/18.pdf. (дата звернення: 11.03.2024).

ПРИБУТОК ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маренок Сергій

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра публічного управління та адміністрування
Сумський національний аграрний університет

Загальна сума прибутку є сумарною величиною фінансових результатів від кожного виду економічної діяльності, основу якої складає перевищення доходної частини над втратною по кожній підгалузі рослинництва.

Прибуток аграрного підприємства зазвичай залежить від багатьох факторів: кліматичних, економічних, соціальних, інноваційних, екологічних, політичних, але базовими основовизначаючими абсолютну суму фінансового результату є кількість і структура реалізованої продукції, які в свою чергу залежать від обсягу виробництва, рівня товарності, кон'юнктури товарного ринку, собівартості реалізованої продукції, включаючи витрати на землю, амортизацію, робочу силу, предмети праці, середньореалізаційні ціни, які залежать від ринкової конкуренції, ринкової частки продукції, попиту і пропозиції на продукцію. Слід відмітити, що використання сучасних технологій виробництва і інноваційних методів організації праці і адміністрування сприяє підвищенню продуктивності та оптимізації витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Таблиця 1 – Розрахунок впливу окремих факторів на відхилення прибутку по основних видах реалізованої продукції

Вид продукції	Прибуток (+), збиток (-) на 1 ц			Відхилення прибутку 2023 р. від 2021 р.			
	2021 р.	2023 р.	+/-	всього	в т.ч. за рахунок		
					обсягу реалізації	повної собівартості	ціни реалізації
Пшениця	339,1	17	-322,0	-16902,2	+13337,1	-9804,3	-20435,0
Горох	308,2	-281,5	-519,7	-4854,9	-2268,7	-1081,8	-1504,4
Кукурудза на зерно	363,2	66,8	-296,4	-12744,8	-5739,2	-1689,8	-5315,8
Соняшник	1594,6	282,3	-1312,3	-12600,7	-239,2	-2375,4	-9986,1
Соя	775,1	408,8	-366,3	+378,4	+2447,8	+1315,1	-3384,5
Разом	x	x	x	-46724,5	+7537,8	-13636,5	-40625,8

Проаналізувавши вплив факторів на суму отриманого фінансового результату в розрізі кожного виду продукції слід зазначити:

1. Сума прибутку зменшилася в порівнянні з 2021 роком в результаті реалізації всіх (за виключенням сої) видів продукції. В найбільшій мірі це стосується пшениці (-16902,2 тис. грн.), дещо менше кукурудзи на зерно і соняшнику (відповідно – 12744,8 та 12600,7 тис. грн.).

2. По всім видам реалізованої продукції (без виключення) негативно вплинуло на фінансовий результат зменшення середньореалізаційної ціни. Найсуттєвіше погіршення відбулося в ціноутворенні на пшеницю – 20435 тис. грн., соняшника – 9986,1 тис. грн. і зерно кукурудзи – 5315,8 тис. грн..

3. За рахунок збільшення обсягу реалізації додатково отримано 13337,1 тис. грн. прибутку по пшениці і 2447,8 тис. грн. по сої, по всім же іншим видам продукції за рахунок цього фактора недоотримано прибутку, в найбільшій мірі це стосується зерна кукурудзи, якого в 2023 році реалізували на 15802 ц менше в порівнянні з базовим періодом.

В цілому ж по підприємству недоотримали в результаті реалізації п'яти основних видів товарної продукції 46724,5 тис. грн. прибутку. А саме в результаті збільшення собівартості – 13636,5 тис. грн., зменшення середньореалізаційних цін – 40625,8 тис. грн. і 7537,8 тис. грн. додатково отримано прибутку в результаті збільшення обсягів реалізації.

Отже для збільшення прибутковості необхідно орієнтуватися на три основні альтернативні напрями економічного розвитку, а саме:

1. Збереження сталості витрат і збільшення середньореалізаційних цін на продукцію.

2. Зниження витрат на 1 га і 1 ц продукції за умови зменшення ціни, але темпи зниження витрат мають бути переважними.

3. Зниження витрат на виробництво при стабільній кон'юктурі товарного ринку.

У всіх цих випадках дохід від реалізації продукції перевищує суму понесених витрат на її виробництво.

Поряд з цим постійного адміністративного регулювання і контролю потребують організаційні (оптимізація структури посівів, диверсифікація виробництва, удосконалення системи управління), техніко-технологічні (оновлення матеріально-технічної бази на інноваційній основі, впровадження екосистеми вирощування, застосування інноваційних ресурсозаощадних технологій), економіко-соціальні (удосконалення форм і систем оплати праці, створення фондів стимулювання, дотримання закону випередження продуктивності праці, прискорення оборотності ресурсів і капіталу) важелі і стимули. Все це сприяє зменшенню ризиків втрати конкурентоспроможності підприємства в несприятливих умовах функціонування і розвитку.

Список використаних джерел

1. Корбутяк А., Привалов, А. Управління прибутком підприємства в сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений*. 2023. Вип. 5 (117). С. 149-153. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-5-117-29> (дата звернення: 15.03.2024).

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Овсієнко Михайло,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,

кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького

Сумський національний аграрний університет

З переходом до ринкової економіки змінюється спосіб розуміння та ієрархія критеріїв ефективності, а також їх зміст. Оскільки основною метою підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин є досягнення прибутку, тому як критерій економічної ефективності виступає максимізація прибутку на одиницю витрат капіталу (ресурсів), при збереженні високої якості праці та забезпеченні конкурентоспроможності продукції.

У зв'язку з цим, для оцінки ефективності функціонування підприємства найбільш відповідним є прибуток, який є основною метою будь-якого суб'єкта господарювання в умовах ринкової економіки. Оцінка ефективності діяльності підприємства можлива лише за відносними показниками прибутковості або за порівнянням темпів зростання ключових показників. Ефективність діяльності підприємства виявляється у конкретному числовому виразі в системі показників, які характеризують ефективність використання основних елементів діяльності.

В економічній ефективності діяльності торговельного підприємства відображаються усі позитивні та негативні процеси, що відбуваються в економічній, технічній і соціальній сферах діяльності, а також всі конкретні й загальні показники. Тому, торговельним підприємствам важливо проводити аналіз використання власних ресурсів з метою підвищення економічної ефективності своєї діяльності[4].

Показники, які вказують на економічну ефективність, визначають конкурентоспроможність підприємства. Однак, лише вміння достовірно оцінювати рівень економічної ефективності діяльності не є достатнім. Для успішного функціонування торговельних підприємств і досягнення поставлених цілей необхідно оцінювати ефективність основної діяльності та конкурентоспроможність підприємства, що можливо лише за умови ефективного управління наявними ресурсами. Показники, які відображають економічну ефективність діяльності торговельного підприємства, визначають його рівень конкурентоспроможності, його потенційні можливості при укладанні ділових угод і дозволяють оцінити ступінь забезпечення економічних інтересів самого підприємства та його контрагентів у різних сферах діяльності.

Для оцінки економічної ефективності торговельного підприємства часто використовується певна система показників. Конкретний зміст цих показників визначається життєвим циклом підприємства, його розміром, тимчасовим аспектом планування, метою аналізу та іншими параметрами[3].

Основною принциповою ідеєю при створенні системи показників ефективності та вираженні її сутності на всіх рівнях управління економікою (включаючи державу, галузь та суб'єкти господарювання) є встановлення взаємозв'язку між кінцевим результатом (таким як національний дохід, валовий внутрішній продукт, обсяг випуску або реалізації продукції) та ефективним використанням ресурсів (прибутку). Цей взаємозв'язок можна розглядати різними способами. Наприклад, при визначенні показника ефективності як відношення результату (обсягу випуску або реалізації продукції) чи прибутку до використаних ресурсів чи затрат до обсягу випуску (реалізації) продукції чи прибутку, важливо домогтися мінімізації.

Практичне застосування системи показників економічної ефективності в галузях і суб'єктах господарювання повинно передбачати:

1. Спрямованість підприємства або галузі на активний розвиток і досягнення вищого рівня продуктивності в різні періоди часу.
2. Аналіз резервів для подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на базі впровадження новачій науково-технічного прогресу, удосконалення технологій та організації виробництва.
3. Створення ефективного механізму для підвищення результативності управління. Як узагальнений показник ефективності господарювання підприємства, рекомендується використовувати відношення обсягу реалізованої продукції або прибутку до сукупної вартості ресурсів, що включає середню вартість основних і обігових засобів, або до загальної суми витрат на виробництво або обіг.

При розгляді системи показників економічної ефективності торговельного підприємства, яка охоплює якісні та кількісні аспекти, необхідно враховувати наступні основні вимоги:

- кількість параметрів відповідає конкретній меті аналізу;
- економічне трактування кожного показника повинно бути зрозумілим та однозначним для сприйняття й розуміння;
- кожен показник повинен супроводжуватися об'єктивною кількісною інформацією, заснованою на даних бухгалтерського, управлінського або статистичного обліку.

При аналізі ефективності діяльності торговельних підприємств переважно застосовуються потенційний та витратний підходи. Потенційний підхід в основному використовується для оцінки привабливості інвестицій у підприємство та для прогнозування їх ефективності. Для оцінки поточної ефективності діяльності торговельного підприємства використовується витратний підхід. Використання витратного підходу надає об'єктивну оцінку ефективності торговельного підприємства, представляючи фактичні дані про використання ресурсів та їх витрати. Цей підхід дозволяє виявити тенденції ефективності використання ресурсів, але не забезпечує повної картини про економічну ефективність у вигляді рентабельності. Таким чином, при формуванні системи показників для оцінки ефективності торговельного підприємства важливо також враховувати показники рентабельності для отримання повної картини про його ефективність.

У витратному підході для порівняння використовується дохід від торговельної діяльності або загальний дохід, тоді як у підході за чистою прибутковістю — чистий прибуток після оподаткування. У витратному підході базою порівняння є фактичні витрати, а в підході за чистою прибутковістю — активи підприємства, власний капітал та дохід від діяльності.

Функціонування роздрібного торговельного підприємства полягає у продажі товарів, що є останнім етапом їх переміщення від виробника до кінцевого споживача. Основна функція такого підприємства - обслуговування клієнтів і

надання різноманітних послуг покупцям. Повсякденна діяльність торговельного підприємства визначається процесом реалізації товарів, обслуговуванням населення та наданням послуг. Результативність такої діяльності визначається якістю обслуговування клієнтів, зручністю та ефективним використанням часу під час покупок.

Так, зазвичай для оцінки ефективності підприємств роздрібно торгівлі використовують комплекс соціальних, економічних та техніко-технологічних показників. Проте, на нашу думку, ця класифікація не дозволяє чітко визначити показники відповідно до типу ефекту, який вони мають на діяльність підприємства. Тому ми розробили та розширили комплекс показників ефективності діяльності підприємства роздрібно торгівлі. Розширений перелік цих показників наведено у таблиці 1.

Таблиця 1- Основні показники ефективності діяльності торговельних підприємств

Група показників	Перелік показників
Соціальні	витрати часу на пошук товарів; витрати часу на огляд і вибір необхідних товарів; витрати часу на консультації; витрати часу на розрахунок за покупку; загальні витрати часу на здійснення однієї покупки
Економічні	обсяг роздрібного товарообігу (за певний проміжок часу: місяць, рік); обсяг роздрібного товарообігу на 1 м ² площі; розмір прибутку, який припадає на 1 м ² площі
Фінансові	обсяг роздрібного товарообігу (за певний проміжок часу: місяць, рік); обсяг роздрібного товарообігу на 1 м ² площі; -розмір прибутку, який припадає на 1 м ² площі
Трудові	товарообіг на одного продавця; час, який витрачає продавець на консультування покупців; час, який витрачає касир на налаштування касового апарату ;
Інформаційні	інтегральний показник інформаційного забезпечення (наявність автоматизованих систем управління (АСУ) для контролю звітності про стан підприємства); коефіцієнти автоматизації та механізації;
Технологічні	частка торгової площі в загальній площі магазину; розміри заставленої та демонстраційної площі

*Джерело: авторський підхід

Таким чином, наведені категорії показників ефективності діяльності підприємства роздрібно торгівлі спрямовані на:

- соціальні показники - визначення оптимального використання часу під час здійснення покупок;
- економічні показники - оцінка ефективності діяльності підприємства (через оптимальне співвідношення обсягів товарів та торгової площі);
- фінансові показники - аналіз результатів діяльності підприємства в цілому (загальний обсяг доходів та витрат);
- трудові показники (або продуктивність праці) - виявлення можливостей щодо зменшення трудових витрат, обумовлених різними чинниками;
- інформаційні показники - оцінка рівня та відповідності управління підприємством;
- технологічні показники - взаємозв'язок використання торгової площі її розміру та функціональності.

Таблиця 2 – Базові показники ефективності діяльності підприємства

Показники	Зміст
Майнові	розмір господарських ресурсів, що застосовуються господарюючим суб'єктом; коефіцієнт зношення основних фондів; коефіцієнт відновлення; показник вибуття
Оборотності	розмір реалізації готової продукції, робіт, послуг; розмір вкладеного капіталу
Ліквідності	коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт критичної ліквідності; коефіцієнт загальної ліквідності
Платоспроможності	коефіцієнт абсолютної платоспроможності; коефіцієнт миттєвої платоспроможності; коефіцієнт проміжної платоспроможності; коефіцієнт поточної платоспроможності
Фінансової стійкості	коефіцієнт фінансової стійкості; коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт фінансування; коефіцієнт маневреності власного капіталу
Рентабельності	коефіцієнти рентабельності майна; коефіцієнти рентабельності власного капіталу; коефіцієнти рентабельності функціонування; коефіцієнти рентабельності продаж

*Джерело: сформовано автором

Для досягнення економічної ефективності діяльності підприємства необхідно проводити комплексні та масштабні заходи. Також можливе виникнення потреби у мобілізації факторів, що сприяють підвищенню ефективності підприємства. Ці фактори включають: мінімізацію витрат ресурсів; збільшення впливу соціально-психологічних чинників; використання науково-технічного прогресу; застосування стратегій диверсифікації, кооперації та інших; підвищення ефективності персоналу; залучення інвестиційного капіталу та інших форм стороннього фінансування.

Ці заходи можуть включати також залучення спеціалістів з зовнішнього середовища, що допомагає зменшити час, необхідний для впровадження змін. Загалом, при швидкому та компетентному впровадженні оптимальних заходів можливий зріст ефективності функціонування будь-якого підприємства, незалежно від його поточної стадії життєвого циклу. Ефективність функціонування підприємства залежить від комплексу зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на неї як безпосередньо, так і опосередковано. До зовнішніх чинників відносять [1]:

- державну та соціальну політику, що охоплює особливості функціонування державних структур, чинне законодавство, інструменти фінансового характеру та економічні нормативи;
- інституційні механізми, які включають науково-дослідні та освітні заклади, інститути та асоціації;
- інфраструктуру, що охоплює інноваційно-інвестиційні фонди, банківські установи, фінансово-кредитні компанії, фондові біржі, консалтингові фірми, транспортні мережі та торговельні інститути;
- структурні динамічні процеси у суспільстві та економіці, які охоплюють сферу технологій, наукових досліджень та структуру кадрового потенціалу за рівнем освіти та кваліфікацією.

Внутрішні чинники можна класифікувати наступним чином [2]:

- «Тверді» - ці чинники, що можуть бути виміряні та розраховані і відрізняються фізичними параметрами, такими як технологія, обладнання, сировина та матеріали, енергія, комплектуючі;
- «М'які» - ці чинники включають організацію та систему управління, кадровий потенціал, методи функціонування та стиль управління підприємства.

Будь-яке підприємство повинно постійно відстежувати вплив внутрішніх чинників шляхом розробки та ефективного впровадження власної програми для підвищення економічної ефективності роботи. Крім того, воно повинно регулювати вплив зовнішніх факторів на цей процес.

Для підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства рекомендується:

1. Розробити ефективну цінову політику, яка була б диференційованою для різних категорій покупців.
2. Проаналізувати та, якщо можливо, усунути причини перевитрат ресурсів на комерційні витрати.
3. Покращити рекламну діяльність та збільшити ефективність окремих рекламних заходів.
4. Забезпечити системний контроль за роботою обладнання та проводити своєчасне його налагодження, щоб уникнути зниження якості і випуску бракованої продукції.
5. Постійно контролювати умови зберігання та транспортування сировини та готової продукції.

Проведення економічної діагностики торговельного підприємства можливе через використання конкретної системи показників-індикаторів, що відображають і характеризують його діяльність. При формуванні такої системи важливо дотримуватись наступних вимог:

1. Забезпечити те, щоб показники економічної діагностики були повними та об'єктивними, відображаючи найбільш суттєві аспекти діяльності підприємства та надаючи точну кількісну та якісну оцінку.
2. Досягти комплексності, збалансованості та багатоаспектності показників, щоб забезпечити широку та всебічну характеристику діяльності підприємства.
3. Передбачити взаємозв'язок показників з більш високим (низьким) рівнем, забезпечуючи достовірність, повноту та своєчасність інформації для розрахунків.
4. Врахувати можливі зміни умов, задач і цілей діяльності підприємства, пов'язавши показники з діючою системою статистичної звітності.
5. Досягти компактності та зручності показників для практичних розрахунків, особливо коли необхідно провести оперативну експрес-діагностику.
6. Передбачити можливість зміни кількості показників як у плані деталізації наявних показників, так і у збільшенні кількості первинних показників, якщо поставлена мета провести деталізовану економічну діагностику.

Список використаних джерел:

1. Ковальов М. Н. Вплив неоіндустрії на бізнес-процеси в ланцюгах поставок: Логістика. 2017. С. 26–29
2. Терещенко С.І., Нагорна П.О. Передумови виникнення концепції циркулярної економіки. Технології XXI сторіччя : Збірник тез за матер. міжнар.наук.- практ. конф., Сумы, Одесса. 2019, Ч.2. с. 84 - 88.
3. Дорохов О.М. Оцінка економічної ефективності діяльності підприємства. Вісник ЖДТУ. 2017. №34. С. 56-62.
4. Баглаєва Н. С., Суховєєва Ю. А. Теоретична сутність поняття економічна ефективність діяльності підприємства. Вісник СНТ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ. 2020. Вип. 2. С. 98-101

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПОНЯТЬ «КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ТА «КОНКУРЕНТНИЙ СТАТУС» ПІДПРИЄМСТВА

Олійник Юлій,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Дефініція “потенціал” (лат. *potentia*) розглядається як “потужність, сила”. Найбільш поширеним роз’ясненням змісту потенціалу підприємства на даний час є наступне: «потенціал - сукупність, до якої увійшли природні умови й ресурси, можливості, запаси і цінності і яка може бути використана для досягнення певних цілей підприємства» [1].

Щодо ідентифікації поняття «конкурентний потенціал підприємства», то найбільш вдало, на наш погляд, його сформулювали автори І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих [2], акцентуючи на взаємозв’язку конкурентного потенціалу і конкурентного статусу підприємства. За їх визначенням конкурентний потенціал підприємства є систематизованим комплексом, який поєднує взаємоузгоджені можливості і ресурси внутрішнього середовища господарюючого суб’єкта і спрямований на забезпечення отримання переваг в мінливому зовнішньому середовищі та при обмеженні ресурсів. Конкурентний потенціал є основою досягнення підприємством високого конкурентного статусу.

Необхідно відзначити, що конкурентний потенціал - нова і перспективна економічна категорія, але в сучасних дослідженнях єдиного розуміння цього поняття немає. Тому необхідно оцінити підходи дослідників до трактування поняття "конкурентний потенціал підприємства" (таблиця 1).

На нашу думку, найбільш всеохоплюючим і найбільш повним є визначення поняття «конкурентний потенціал підприємства».

Таблиця 1- Визначення поняття «конкурентний потенціал підприємства»

Автор	Сутність поняття "конкурентний потенціал підприємства"
О.Є. Бабина [1]	"... внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які дозволяють йому проводити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів"
Л.В. Балабанова [3]	"... комплекс можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей".
А.Є. Воронкова [4]	"... сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних, трудових і екологічних можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку"
Л.О. Зайцева [5]	"... потенційна можливість (поточні передумови) зберігати і збільшувати конкурентоспроможність у довгостроковому періоді"
С.М. Клименко [6]	"... систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус"
К.О. Кузнєцова [7]	"... сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів і можливостей об'єктів та/або суб'єктів господарювання, які надають перевагу перед конкурентами"
О.Д. Гудзинський [8]	"... здатність підприємства та його системи менеджменту формувати збалансований комплекс можливостей по задоволенню потреб споживачів з метою забезпечення сталого стратегічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності, завчасної адаптації до змін у зовнішньому середовищі".
І.В. Смолін [9]	"... реальна і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати і обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентні вироби"
П.Р. Пуцентейло [10]	"... зручний інструмент порівняння можливостей підприємства і основних конкурентів, побудова багатокутників конкурентоспроможності, є графічними з'єднаннями оцінок становища підприємства і конкурентів за найбільш значущими напрямками діяльності"
І.М. Репіна [11]	"... комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств - конкурентів"

*Джерело: сформовано автором

Узагальнюючи наведені у таблиці 1 визначення конкурентного потенціалу підприємства відмітимо такі його особливості:

- конкурентний потенціал характеризує не внутрішні наявні та потенційні можливості підприємства, а визначається порівнянням із конкурентом, тобто є відносним поняттям (залежно від конкретного конкурента рівень конкурентоспроможності може бути різним);
- є комплексним поняттям, оскільки відображає взаємодію всіх елементів, з яких він складається (виробничий, фінансовий, інноваційний, інформаційний, людський потенціал тощо);
- рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначається конкурентоспроможністю його складових та взаємозв'язками між ними [11].

Конкурентний потенціал підприємства є одночасним об'єднанням трьох рівнів зв'язків і відносин:

- конкурентний потенціал є відображенням минулого, тобто фактично він підпадає під тлумачення дефініції «ресурс»;
- конкурентний потенціал характеризується практикою виживання і рівнем використаних наявних можливостей, тобто є частковим співпадінням поняття «резерв»;
- конкурентний потенціал зорієнтований на розвиток (на перспективу) і складається з елементів перспективного розвитку підприємства [8].

З огляду на те, що конкурентний потенціал є відносно новою економічною категорією конкуренції, теоретичні положення щодо його значення і положення в системі категорій конкуренції ще не отримали належного вирішення. Тобто, можливість оперувати такою характеристикою конкурентного становища фірми як конкурентний потенціал, а також діагностувати цю характеристику дає можливість підприємству прогнозувати ступінь досягнення поставлених стратегічних цілей.

На нашу думку, в стратегічному сенсі конкурентний потенціал - це наявні конкурентні переваги підприємства (внутрішні переваги - потенціал підприємства та зовнішні переваги - переваги щодо становища на ринку) над підприємствами даної сфери бізнесу і можливості використання і розвитку цих переваг в майбутньому для забезпечення стійкої конкурентної позиції на ринку. Конкурентний потенціал включає в себе сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових та нематеріальних ресурсів та можливості об'єктів і / або суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку.

Іншими словами, конкурентний потенціал являє собою внутрішні і зовнішні конкурентні можливості фірми, які дозволяють підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку за рахунок формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. Здатність компанії виграти в конкурентній боротьбі буде залежати від внутрішніх конкурентних можливостей підприємства і зовнішніх умов господарювання.

Внутрішні конкурентні можливості визначаються рівнем матеріальних і нематеріальних ресурсів підприємства.

Конкурентні можливості, пов'язані з матеріальними ресурсами, включають в себе сировину і матеріали; трудові ресурси; технологічні ресурси; фінансові та інформаційні ресурси. До складу конкурентних можливостей, заснованих на нематеріальних ресурсах, входять нематеріальні активи; компетенції персоналу; відносини з іншими суб'єктами ринку; організаційні ресурси; творчі можливості; бренди. Реалізація та використання внутрішніх можливостей підприємства на базі існуючих ресурсів, формують відповідні конкурентні переваги.

Тут важливо розуміти відмінності в поняттях конкурентні можливості і конкурентні переваги. Існує велика кількість визначень поняття «конкурентні переваги», як у закордонній, так і у вітчизняній науковій літературі. Так, Жан Жак Ламбен відносить до конкурентних переваг «... ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Перевага є відносним, обумовленим в порівнянні з конкурентом, який займає найкращу позицію на ринку товару або сегменті ринку».

Річард Холл вважає, що це ті умови, коли компанія «... послідовно і краще, ніж конкуренти, виробляє товар (і / або удосконалене збутову систему) з атрибутами, які є ключовими критеріями покупки для більшості споживачів на цільовому ринку».

Серед вітчизняних авторів слід виділити підхід Балабанова І.В. який визначає конкурентні переваги як «... концентровані прояви переваг над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, яке можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш високі рентабельність, ринкова частка, обсяг продажів). Необхідно особливо підкреслити, що конкурентна перевага не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, це факт, який фіксується в результатах реальних і очевидних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою і результатом господарської діяльності» [3].

Конкурентні переваги - це ключові сильні сторони компанії, які позиціонують її на ринку. Більшість основних конкурентних переваг є характеристиками підприємства, за допомогою яких воно заявляє про себе клієнтам і які роблять підприємство і його продукцію унікальними.

З одного боку, конкурентні переваги - це конкурентні стратегічні активи, що демонструють цінність, яку підприємство приносить своїм клієнтам. З іншого боку - це активи, від яких залежить те, як підприємство зможе протистояти новим загрозам з боку конкурентів - загрозам, про існування яких воно, можливо, навіть не здогадується і які можуть з'явитися в результаті радикальних змін в світі високих технологій. Виявлення і використання таких унікальних якостей дозволить підприємству конкурувати з іншими виробниками в динамічно розвивається ринковому середовищі.

Виділяють конкурентні переваги, пов'язані з матеріальними і нематеріальними ресурсами. До конкурентних переваг, пов'язаних з матеріальними ресурсами, можуть бути віднесені здатність фірми виробляти товар з більш низькими витратами і диференціація продукції. Конкурентні переваги, засновані на нематеріальних ресурсах, підрозділяються на переваги, засновані на інтелектуальних ресурсах, на відносинах і на організаційних ресурсах.

До зовнішніх конкурентних можливостей фірми автори відносять ринкові можливості, які сприяють реалізації конкурентних переваг компанії в ринкових умовах. Такими можливостями можуть бути, наприклад: можливість збільшити частку ринку; можливість отримання спецзамовлення від уряду; можливість отримати ліцензію від розробника; можливість вийти на інший ринок; можливість піти з ринку; можливість переманити фахівця у конкурента; можливість використання пільг, субсидій, дотацій тощо.

Отже, між поняттями конкурентний потенціал, конкурентні переваги, а також конкурентоспроможністю існує причинно-наслідковий зв'язок. Конкурентний потенціал визначає конкурентні можливості, в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні ресурси компанії. За відсутності ресурсної бази підприємство не здатне функціонувати. Наявність ресурсів є необхідною умовою існування підприємства, але не достатньою для перемоги в конкурентній боротьбі. Ефективне використання ресурсів та правильна їх комбінація дозволяє підприємству формувати конкурентні переваги щодо інших учасників ринку. Конкурентоспроможність - «це відповідність за всіма параметрами вимогам ринку, покупців, споживачів» [4].

Принциповою різницею між сучасним поняттям конкурентоспроможності підприємства, як існуючих порівняльних переваг з іншими підприємствами, і конкурентним потенціалом є і те, що ця економічна категорія пов'язує не тільки наявні переваги щодо функціонування підприємства, не тільки переваги щодо впливу на споживачів і постачальників (інвесторів), але і визначає можливі переваги щодо перспектив розвитку, в першу чергу в плані вибору раціональних конкурентних стратегій.

Одним з основних напрямків забезпечення конкурентоспроможності продукції є досягнення переваги. Конкурентна перевага є причиною, конкурентоспроможність наслідком, а конкурентний потенціал - це основа, без якої неможливо виграти в конкурентній боротьбі за споживача [8].

Основою конкурентного потенціалу як системи є переваги внутрішнього середовища. У відомих дослідженнях до основних складових внутрішнього середовища, які формують переважні конкурентні позиції відносяться: виробництво, фінанси, кадри, маркетинг, збутова діяльність та інше. Ці складові присутні в конкурентному потенціалі підприємства кожної галузі господарювання, але специфіка цієї складової конкурентного потенціалу підприємств різних галузей полягає в тому, що ступінь впливу кожного з факторів внутрішнього середовища на сукупні внутрішні можливості різна для підприємств різних галузей господарства.

Список використаних джерел:

1. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. № 36. С. 23-26.
2. Должанський, І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 384 с.
3. Балабанова І.В. Методологія діагностики конкурентного потенціалу. Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. - Дніпропетровськ, 2017. С. 646-656.
4. Воронкова А. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства. Економіст. 2017. № 8 с.14-17
5. Зайцева Л. О. Аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. Економічний аналіз. 2013. Т. 14(3). С. 12- 17.
6. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Київ:КНЕУ, 2016. 527 с.
7. Кузнєцова К. О. Конкурентоспроможність підприємства на основі ресурсного потенціалу. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2013. № 10. С. 219-223.
8. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. Київ: ППК ДСЗУ. 2010. 212 с.
9. Смолін І. В. Стратегічна конкурентоспроможність підприємства: змістовні імперативи та критерії оцінювання. Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". 2015. № 12. С. 229-238.
10. Гудзь О. Є. Фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Фінансовий простір. 2013. № 4. С. 97- 103.
11. Репіна І. М. Управління процесом активації економічних ресурсів задля забезпечення конкурентних переваг підприємств. Вісник Криворізького економічного інституту : зб. наук. пр.; № 2. Кривий Ріг: КНУ, 2013. С. 22–28.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ

Пігуль Ігор,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Сьогодні вирішення проблем, пов'язаних з оцінкою перспектив розвитку вітчизняних підприємств, може підвищити їхню конкурентоспроможність і ринкову вартість. Особливої уваги потребує наукове обґрунтування оцінки діяльності підприємств, яке повинно враховувати комплекс оцінок, зумовлених динамічністю середовища їх функціонування та постійною зміною основних факторів.

Логіка системного підходу до оцінки перспектив розвитку підприємств вимагає системного опису самого процесу оцінювання. Розглядаючи процес оцінювання стану функціонування та перспектив розвитку підприємств як систему, необхідно виділити його характерні загальні властивості: цілісність, ієрархічність та інтегративність. Відомо, що системний підхід є методологічним вираженням принципу системності та загальної теорії систем, а також загальнонауковою методологією якісного дослідження та моделювання різних об'єктів і процесів як систем.

Оцінка вартості бізнесу є одним із найбільш дискусійних питань, з якими стикаються підприємці та інвестори. Існує багато методів оцінки, серед яких класичними вважаються три: витратний, дохідний та порівняльний.

Оцінка вартості бізнесу — це процес визначення поточної ринкової вартості компанії. Цей процес може бути необхідним у різних ситуаціях, таких як продаж бізнесу, злиття та поглинання, залучення інвестицій, поділ активів у разі розлучення або спадкування, а також для внутрішніх цілей управління.

Основні методи оцінки вартості бізнесу включають:

1. **Дохідний метод.** Цей метод базується на майбутніх доходах, які бізнес може принести. Основні підходи до дохідного методу: метод дисконтування грошових потоків (DCF): передбачає прогнозування майбутніх грошових потоків та дисконтування їх на теперішню вартість з урахуванням ризиків; капіталізація доходу: використовується для стабільних бізнесів із передбачуваними доходами. Вартість бізнесу розраховується шляхом ділення очікуваного доходу на ставку капіталізації.

2. **Порівняльний (ринковий) метод.** Цей метод базується на аналізі цін продажу подібних компаній на ринку. Основні підходи до порівняльного методу: аналіз ринкових мультиплікаторів: порівнюються фінансові показники (наприклад, прибуток, виторг, EBITDA) оцінюваної компанії з аналогічними компаніями, які вже були продані; аналіз угод: враховуються попередні угоди продажу схожих компаній.

3. **Витратний метод.** Цей метод базується на оцінці витрат, необхідних для створення аналогічного бізнесу з нуля. Основні підходи до витратного методу: метод чистих активів: розраховується вартість активів компанії мінус її зобов'язання; метод віднової вартості: оцінка витрат, потрібних для відтворення активів компанії.

4. **Інші методи.** Інколи можуть застосовуватися спеціалізовані методи або комбінації методів, зокрема: метод ліквідаційної вартості: використовується для бізнесів, які знаходяться на межі банкрутства. Визначається вартість активів компанії в разі їх негайного продажу.

Основні кроки оцінки бізнесу

1. Підготовчий етап: збір необхідної інформації про компанію, її фінансові показники, ринок та конкурентів.
2. Вибір методу оцінки: вибір підходу або комбінації підходів, які найбільше відповідають ситуації та типу бізнесу.
3. Розрахунки: проведення детальних розрахунків згідно з обраним методом.
4. Аналіз та коригування: аналіз отриманих результатів, внесення необхідних коригувань для врахування специфічних факторів.

5. Формування звіту: підготовка детального звіту з описом методів, розрахунків та висновків.

Таблиця 1- Переваги та недоліки підходів до оцінки бізнесу

Підхід	Переваги	Недоліки
Майновий	ґрунтується на реально існуючих активах; єдино можливий для деяких видів підприємства	Не враховує вартість деяких нематеріальних активів; не враховує майбутні очікування; не враховує ефективність використання активів
Порівняльний	Цілоком ринковий метод; відображає реальне співвідношення попиту та пропозиції, практику угод	Заснований на минулому без урахування майбутніх очікувань; вимагає великого числа виправлень; труднощі зі збиранням необхідної інформації
Дохідний	Враховує майбутні очікування, ринковий аспект (через ставку дисконту), економічне старіння	Трудомісткість прогнозування; результати мають імовірнісний характер

*Джерело: сформовано автором

Оцінка вартості бізнесу є складним процесом, що потребує глибоких знань у фінансовому аналізі, ринкових умовах та специфіці галузі. Важливо залучати професійних оцінювачів для отримання точної та обґрунтованої оцінки.

Таким чином, для визначення ринкової вартості підприємства можуть використовуватися різні методи, кожен з яких має свої особливості та сфери застосування. Ми дійшли висновку, що майновий підхід є єдиним можливим для оцінки ринкової вартості малого підприємства, але він не враховує рівень ефективності його діяльності. Тому ми запропонували використовувати гібридний підхід, який поєднує елементи майнового та дохідного підходів, для оцінки ринкової вартості малого підприємства.

У ринкових умовах господарювання вартість підприємства є ключовим об'єктом управління. В Україні оцінка вартості бізнесу малих підприємств ще не набула широкого розповсюдження, проте ми вважаємо, що вартісно-орієнтоване

управління є центральним елементом концепції фінансового менеджменту малого бізнесу. Перспектива подальших досліджень полягає в адаптації підходів до оцінки вартості підприємства для визначення ринкової вартості вітчизняних малих підприємств.

Список використаних джерел:

1. Корягін М.В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції : монографія. Львів : Львівська комерційна академія, 2012. 389 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навчальний посібник. Київ : Київський національний економічний університет, 2003. 554 с.
3. Турило А.М. Оцінка вартості підприємства в системі фінансово-економічної стратегії його розвитку. Фінанси України. 2009. № 5. С. 95–100.
4. Про затвердження Національного стандарту № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів» : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 листопада 2006 р. № 1655. URL : <https://www.kmu.gov.ua/pras/56644425> (дата звернення: 13.11.2019).
5. Задерей В.Ю. Методи оцінки вартості компаній. Агросвіт. 2017. № 5. С. 48–54.
6. Серова І.А., Шаповалова В.О. Бізнес-статистика : конспект лекцій. Харків : Харківський національний економічний університет, 2009. 88 с.
7. Лукач А.М., Ставицький О.В. Методи оцінки ринкової вартості підприємства в умовах сучасної економічної ситуації. Актуальні проблеми економіки та управління. 2018. № 12. С. 1–11.
8. Чубка О.М., Федевич Л.С., Курило О.Б. Витратний підхід до оцінки вартості підприємства: характеристика методів. Економіка і суспільство. 2018. № 19. С. 1198–1203.
9. Бедринець М.Д., Сурженко А.В. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 352 с.
10. Дейнека О.В., Дехтяр Н.А., Пігуль Є.І. Актуальні питання управління вартістю підприємства. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 240–245.

ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ В АСПЕКТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАЛАНСУВАННЯ ІНТЕРЕСІВ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В АГРОСФЕРІ

Мішенін Євген

д. е. н., проф.,

Інститут агроекології та природокористування НААН України

Ярова Інесса к. е. н., доц.,

Сумський державний університет

Екологічне оподаткування є ефективним механізмом у справі компенсації та запобігання еколого-економічного збитку від екодеструктивного стану земельних ресурсів на різних просторових рівнях агрогосподарювання (національному, регіональному, локальному) і, таким чином, може забезпечуватися досягнення оптимального балансу інтересів землекористування в агросфері.

Слід відмітити, що певні надходження від екологічного оподаткування, в принципі, повинні забезпечувати фінансування земельноохоронних заходів, а також відповідати величині еколого-економічного збитку від деградації земельних ресурсів. Це свідчить і про неподаткову природу екологічних податків, оскільки компенсаційність є ознакою неподаткових платежів. Екологічний податок за економічним змістом є компенсацією за еколого-економічний збиток від деградації земельно-ресурсного потенціалу. Екологічні платежі стягуються з підприємницьких структур в рамках соціально-еколого-економічної відповідальності за забруднення. Головна цільова функція екологічних податків за забруднення - компенсація збитку державі від екологічної шкоди, акумуляція грошових засобів на здійснення природоохоронних заходів територіально-просторового характеру, стимулювання екологічної діяльності підприємницьких структур [1].

Імплементация системи екологічного оподаткування в Україні, підвищення результативності цільових функцій екоподатків потребує її розвитку в агросфері. з точки зору балансування інтересів природокористування суспільства, держави та підприємницьких структур. Тому подальша імплементация екоподатків потребує визначення бюджетних та часових обмежень як провідних параметрів у сфері податкового регулювання якості земельно-ресурсного потенціалу та ефективності використання природного капіталу на підприємницько-інноваційних засадах.

Формування системи бюджетних та часових обмежень імплементации екологічних податків у форматі максимізації соціально-еколого-економічної безпеки землекористування повинно здійснюватися у контексті інтегрованої аграрної політики (економічної, енергетичної, соціальної, екологічної).

Основні принципи забезпечення соціо-еколого-екологічної безпеки агрогосподарювання (зокрема, землекористування) у контексті формування та регулювання системи екологічного оподаткування такі:

1. Визначення екологічної безпеки агрогосподарювання в якості провідної складової національної безпеки у контексті практичної реалізації принципів сталого розвитку.

2. Формування системи індикаторних показників та цільових параметрів, що забезпечують необхідну об'єктивність оцінки еколого-економічного збитку від деградації земельно-ресурсного потенціалу в межах оцінки екологічної безпеки в агросфері.

4. Створення ефективних та результативних функціональних підсистем забезпечення (законодавчої, фінансової, інформаційно-комунікаційної та ін.) в системі досягнення соціо-еколого-економічної безпеки агрогосподарювання, а також функціонування організаційно-економічного механізму екологічного оподаткування.

5. Забезпечення ефективного сталого та екосистемного управління землекористуванням в системі забезпечення соціо-еколого-економічної безпеки агрогосподарювання на основі податкових регуляторів.

6. Поступове досягнення повної компенсації еколого-економічного збитку від екодеструктивного стану земельних ресурсів на основі механізму екологічного оподаткування, економічної соціально-екологічної відповідальності.

7. Формування законодавчого, нормативно-правового поля щодо екологічного обмеження екодеструктивного агрогосподарювання підприємницькими структурами.

8. Підвищення рівня соціо-еколого-економічної безпеки агрогосподарювання та ефективності екооподаткування через запровадження комплексної системи відповідного еколого-економічного контролю.

Першоосовою регулювання системи екологічного оподаткування є синтезі всіх складових політичних процесів політики національної безпеки, а також використання економіко-організаційного інструментарію різного характеру (зокрема, інституціонального, економічного, еколого-економічного, соціального). Це впливатиме на формування та розвиток стійкого бізнес-підприємницького середовища у всіх секторах економіки, що буде більшою мірою сприяти ефективній реалізації цільових функцій екологічних податків, зокрема, агросфері.

Соціально-еколого-економічна ефективність заходів інституціонального регулювання ефективності екологічного оподаткування полягає не в кількості відповідних адміністративних та економічних методів, а в наявності сприятливого підприємницького середовища «чутливого» до ефективного та результативного екологічного оподаткування з позиції наявності мотиваційних факторів здійснення природоохоронних заходів.

Стратегічні орієнтири державного екологічного регулювання екологічних податків у форматі організаційно-економічного механізму забезпечення їх ефективності потребують їх певної результативної оцінки у взаємозв'язку з макроекономічними показниками сталого просторового природо- господарювання та соціо-еколого-економічними параметрами безпеки агрогосподарювання. Також необхідно врахувати значний вплив тіньової економіки на загрози екологічної безпеки, і, це обумовлює необхідність здійснення гіпотетичної оцінки тіньових «провалів» в системі державного екологічного регулювання просторового природогосподарювання в агросфері. У кінцевому рахунку, механізми екологічного регулювання повинні бути націлені на підвищення стимулюючої ролі екологічного оподаткування і, таким чином, забезпечувати більш повну реалізацію необхідних природоохоронних заходів в агросфері.

Комплексний механізм державного регулювання імплементации екологічного оподаткування в агросфері є цілісною та збалансованою сукупністю організаційно-економічних форм, які реалізуються у вигляді підмеханізмів,

інструментів і технологій, за допомогою яких організуються, регулюються та координуються процеси імплементації екологічного оподаткування у контексті практичної реалізації принципів сталого розвитку агросфери.

Основними завданнями механізму державного регулювання імплементації екологічного оподаткування з позиції балансування інтересів сталого природогосподарювання у контексті забезпечення соціо-еколого-економічної безпеки агрогосподарювання є такі:

1.Забезпечення соціо-еколого-економічної безпеки агрогосподарювання на засадах екологічно сталого розвитку через регулювання системи відносин між платниками податків та державою.

2.Забезпечення ефективної реалізації цільових функцій екооподаткування.

3.Формування та розвиток нормативно- правової регламентація справляння екологічних податків (ставок, структури, суб'єктів, об'єктів оподаткування та пільг).

4.Формування необхідних бюджетних екологічних фондів грошових коштів для екологізації господарювання на підприємницьких засадах на різних ієрархічних рівнях просторового розвитку (національному, регіональному, локальному).

Стратегічні орієнтири реалізації регулюючої та стимулюючої функцій екологічних податків в системі забезпечення соціо-еколого-економічної безпеки повинні вирішувати таке коло питань:

-створення оптимальних соціально-економічних умов для подальшого розвитку цивілізованих ринкових відносин в системі сталого просторового агрогосподарювання відповідно до європейського досвіду запровадження та функціонування системи екологічного оподаткування;

-стимулювання екологізації агровиробництва та раціонального використання земельно-ресурсного потенціалу (природного та екологічного капіталу);

-забезпечення достатнього та стійкого фінансування заходів для охорони та відтворення земельно-ресурсного потенціалу в просторово-часовому вимірі;

-вирівнювання умов агрогосподарювання у просторово-часовому вимірі при територіальному (регіональному) використанні та відтворенні земельних ресурсів різно продуктивності, екологічної якості та доступності;

-розширення інвестиційних можливостей бізнес-підприємницьких структур, територіальних громад у справі збалансованого соціально-економічного розвитку у контексті забезпечення національної безпеки агрогосподарювання;

-забезпечення узгодженості загальнодержавних інтересів з інтересами підприємницьких структур, територіальних громад шляхом збалансованого розподілу коштів від функціонування системи екологічного оподаткування між бюджетами різного ієрархічного рівня;

-запобігання екодеструктивному стану довкілля та природно-ресурсного потенціалу (зокрема, земельно-ресурсного).

Список використаних джерел:

1.Ярова І.Є. Стратегічні орієнтири державного регулювання ефективності екологічного оподаткування в системі національної безпеки просторового розвитку. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. №5 (116).2020.С.91-97.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ

Бугрименко В'ячеслав,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,

кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Торгівельна сфера діяльності виступає масштабним способом зайнятості та джерелом добробуту людей, є системоутворюючою ланкою господарських зв'язків, каналом розподілу товарів, послуг, місць відпочинку, а також формування суспільних настроїв. Рівень розвитку торгівлі вказує на рівень життя та стан економіки країни. Саме в даній сфері економічних відносин відбувається процес визнання здійснених витрат як суспільно необхідних. Задоволення потреб населення, попередження соціальної напруженості в країні, вагомих внесок у валову додану вартість – ключові функції торгівлі. Також, саме рівень індексу цін у роздрібній торгівлі країни, все частіше виступає індикатором її соціально-економічного розвитку. Роздрібна торгівля, будучи сферою економіки найбільш наближеною до кінцевого споживача, виступає головним інструментом регулювання базових елементів виробничого процесу (асортименту та обсягу продукції виробників), а також дозволяє здійснювати моніторинг споживчих переваг, динаміку якості життя населення тощо [1].

У сучасних умовах роздрібна торгівля являє собою сферу підприємницької діяльності суб'єктів, форму організації товарного ринку, посередницьку структуру розподілу та місце прийняття рішень про купівлю споживчих товарів. При цьому, поточний етап формування сфери торгівлі в Україні відрізняється суттєвим ростом конкуренції. При цьому, на ринку вітчизняної торгівлі спостерігається активне конкурентне протистояння і з представниками галузі закордонного походження. А найбільш слабою ланкою організаційно-економічного механізму розвитку торгівлі стає саме реалізація інновацій.

Сучасна сфера торгівлі відрізняється динамічним зростанням обсягу застосування наукових досліджень і розробок. Це стосується не тільки комп'ютерних чи телекомунікаційних послуг, але й майже всіх їхніх інших видів та способів формування економічних відносин та процесів в галузі. Рівень розвитку та якісні характеристики сфери торгівля стають визначальним фактором конкурентоспроможності національної економіки в епоху знань. Підвищення науково-технологічного рівня, більшість з яких вийшли в лідери у сфері нових технологій, привело до зростання продуктивності в розглянутій сфері і її внеску в загальногосподарську ефективність.

У конкурентному середовищі, що здатне швидко змінюватися, ведеться активна боротьба за покупця. Прагнення до якомога швидшого задовільнити потреби вибагливих споживачів спонукає оптових та роздрібних торговців до пошуку нових та ефективних способів просування товарів на ринок.

Зокрема, в сфері все більш активніше проявляють себе інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, що докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний напрямок бізнесу. Найбільш ефективним видом торгового бізнесу стає мережева торгівля, а тому всі нововведення і технології в роздрібній торгівлі розробляються і впроваджуються, найчастіше, саме на таких підприємствах [2].

В даному контексті цікавими є результати дослідження, що були здійснені компанією Gesellschaft für Konsumforschung (Німеччина). Зокрема, отримання товару через офіс служби доставки стає найбільш популярним варіантом онлайн-шопінгу. До того ж, протягом 2021 року через платформу OLX доставку було зроблено щодня більше ніж 400 тис. відправлень, а щодня були надісланими близько 3,5 тис. одиниць товарів.

В Європі, найпопулярнішим майданчиком тривалий період часу залишається Amazon. А наприклад, безпосередньо, в самій Німеччині, майже 55 % усіх продажів припадають саме на цей сайт. Незмінними лідерами у на ринку електронної комерції залишаються компанії Китаю, загальна частка ринку яких становить більше 47 % загального обсягу продажу [3].

Інтернет-торгівля розвивається досить активно, приваблюючи дедалі більше клієнтів, які бажають здійснити покупку «в умовах власного дому». Віртуальні майданчики забезпечують покупців деталізованими відомостями про майбутню покупку, можливість порівняти ціни продавців, ознайомитися з відгуками реальних покупців, а головне, досить швидко можна оформити доставку, заощадивши час на відвідування приміщень торгівельних салонів. Інтернет-магазин перетворюється на головну форму реалізації ідей високоприбуткового бізнесу, у випадку коли для відкриття стаціонарної торгової точки недостатньо ресурсів.

Також люди знаходять нові способи для швидкого та безпечного заробітку в соціальних мережах. Замість живої комунікації – перевагою стало зберігати і підтримувати контакти через Інтернет. Соціальні мережі відвідує величезна кількість користувачів, багато з яких є доволі платоспроможними. Аналітики даного типу ринку помітили цю тенденцію і активно започатковують нові способи отримання фінансової вигоди з широко відомостей соцмереж.

Серед можливостей розвитку торгівельного підприємництва засобами мережі Інтернету варто визначити наступні:

— розміщення в профілі компанії постів, що доводять, до потенційно зацікавлених осіб, інформацію про товари/послуги, їх конкурентні переваги, особливості тощо;

— анонсування заходів торгівельних компаній, а також проведення подарункових конкурсів, акцій, розіграшів та інших форм стимулювання чи привернення уваги;

— розміщення пропаганди та реклами для визначеної аудиторії.

З метою забезпечення ефективної роботи в соціальних мережах варто розробляти стратегію та підбирати правильні ресурси комунікацій/презентацій. Важливою є регулярність, але і надто часта поява постів може сприйматися як спам. Контент повинен бути корисним і сприяти вирішенню проблеми або задовольняти потреби клієнта.

Отже, роздрібна торгівля є галуззю, що чи не найбільше залежить від ефективності методів реалізації та просування товарів. В умова повномасштабної воєнної агресії вітчизняний ритейл стикнувся з великими проблемами. Руйнування усталених зв'язків, порушення логістики, зниження попиту на товари та падіння купівельної спроможності клієнтів, зумовили необхідність пошуку таких інноваційних технологій, що забезпечили б досягнення відповідного обсягу збуту та

сталість торговельного підприємства в доволі конкурентному середовищі.

В сучасному ринковому середовищі інноваційні технології скеровуються на максимальне задоволення потреб покупців та стають запорукою успішного функціонування підприємств роздрібною торгівлі.

Торгівля в Інтернеті набуває актуальності, оскільки в сучасних складних економічних умовах вона дає змогу швидко і з відносно незначними витратами організувати збут продукції товаровиробників, забезпечуючи тим самим їх виживання та розквіт. Даний вид торгівлі дає змогу знизити вартість продукції, оскільки не потрібно утримувати товарні площі, не потрібно утримувати в торгівлі персонал тощо.

Крім того, споживач у реальному часі може продивитися асортимент продукції, що реалізується, швидко знайти потрібний товар, з'ясувати характеристику товару, ознайомитися з відгуками інших споживачів, провести платежі через Інтернет тощо. Соціальні мережі набирають свою силу як інструмент маркетингу для багатьох галузей торгівлі.

Класична роздрібна торгівля, як економічна сфера підприємницьких відносин, є капітало- та ресурсо-ємною і, відповідно, відносно чутлива до інноваційних технологій. Більше 50% роздрібного обороту припадає на неспеціалізовані магазини та ринки, що не мають для їх впровадження відповідних ресурсів та належної мотивації. Разом з тим серед інших сегментів торговельної сфери саме роздрібна торгівля відрізняється найбільш високими темпами ІТ-витрат на одиницю прибутку. Такий стан речей, обумовлений становленням та активним розвитком мережевої роздрібною торгівлі. Звідси, саме інноваційний розвиток підприємств роздрібною торгівлі необхідно розглядати як основний фактор їх конкурентоспроможності.

Еволюційний розвиток значення роздрібною торгівлі змушує підприємців адаптуватися до ринку та змін, що на ньому відбуваються. Результати досліджень свідчать про те, що найбільші інновації протягом останніх років пов'язані з удосконаленням процесу продажу товарів у через мережу Інтернет (торгівельні майданчики, соціальні мережі) та зі збільшенням цінності бренду мережі в очах споживача.

З метою оптимізації бізнес-процесів особливої актуальності для вітчизняних учасників роздрібного ринку набувають інновації, що спрямовані на зростання продуктивності праці персоналу; вдосконалення транспортної і складської логістики; поповнення і прогнозування товарного запасу; вдосконалення системи управління транспортом доставки між розподільчими центрами та споживачем; зниження адміністративних витрат за рахунок централізації функцій, автоматизації операцій та інформаційної модернізації бізнес-процесів.

Список використаних джерел

1. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні: монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.]; за заг. ред. С. А. Давимуки; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.
2. Шевченко К. В., Сагер Л. Ю. Вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-111>.
3. Що і як купують українці в Інтернеті: дослідження GfK і OLX. Асоціація рітейлерів України. 2022. URL: <https://rau.ua/novyni/doslidzhennya-gfk-i-olx/>

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яровий Євген,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр» кафедра економіки та підприємництва
імені професора І. М. Брюховецького Сумський національний аграрний
університет

Економічна наука та практика господарювання доводять, що удосконалення структурно-інноваційного простору аграрного сектору України можливе шляхом підвищення ефективності використання виробничого потенціалу внутрішніх сільськогосподарських підприємств. Таким чином, важливим завданням як на теоретичному рівні, так і в практичній площині є розв'язання питань щодо вимірювання та об'єктивної оцінки цього потенціалу [1]. Це підштовхує до необхідності створення комплексної багатоаспектної об'єктивної оцінки ефективності використання ресурсів аграрних підприємств України. Оскільки саме ця оцінка є основою для можливості порівняння результатів діяльності аграрних підприємств. Це, в свою чергу, забезпечує різноманітність альтернатив для їхнього майбутнього розвитку [1].

На підставі узагальнення існуючих методик оцінки виробничого потенціалу аграрних підприємств, а також на основі групування та класифікації показників щодо оцінки ефективності використання різноманітних видів ресурсів у суб'єктах господарювання, було розроблено власний методичний підхід до оцінки ефективності використання ресурсів аграрних підприємств. Цей підхід спрямований на забезпечення максимально об'єктивної оцінки виробничого потенціалу шляхом розрахунку інтегральних показників економічної, соціальної та екологічної ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних, часових та земельних ресурсів [2]. Загальна і інтегральна оцінка ефективності використання ресурсів на підприємствах аграрної галузі буде враховувати комплекс показників, що відображають економічний, соціальний та екологічний вплив у рівних пропорціях. Ця оцінка буде проводитися в декілька етапів.

Таблиця 1 – Етапи проведення інтегральної оцінки ефективності використання ресурсів підприємства

Етапи	Характеристика	Розрахунки
Перший етап		
Підготовка щодо аналізу і оцінки ефективності використання виробничого потенціалу підприємства	Визначення напрямів оцінки	Економічна, екологічна
	Визначення показників для розрахунку	Показники економічної ефективності використання ресурсів підприємства
Другий етап		
Безпосередня оцінка рівня ефективності використання ресурсів підприємства	Формування груп показників	Показники економічної ефективності використання ресурсів підприємства
	Порівняння показників з нормативними значеннями	
	Розрахунок інтегральних показників	
Третій етап		
Прогнозування рівня ефективності використання виробничих ресурсів підприємством	Розрахунок показників	Показники економічної ефективності використання ресурсів підприємства розраховані методами парної лінійної та динамічної регресії
	Аналіз, оцінка та прогнозування показників	

**Джерело: сформовано автором*

Отже, згідно з наведеною методикою, необхідно оцінити економічну ефективність шляхом визначення інтегрального показника, який враховує різноманітні аспекти використання матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних, земельних ресурсів, а також часових ресурсів і показників рентабельності для аграрного підприємства. Екологічна ефективність визначається на підставі відповідних первинних показників, що відображають вплив діяльності та навколишнє середовище.

Групу первинних показників діяльності підприємства позначимо через Р. Ці показники будемо використовувати для розрахунку інтегрального показника ефективності використання ресурсів підприємства. До таких показників відносять[3]:

1. Показники економічної ефективності використання матеріальних ресурсів: фондоозброєність, фондоємність, коефіцієнт придатності основних засобів, коефіцієнт вибуття основних засобів, коефіцієнт рентабельності основних засобів, матеріалоемність, коефіцієнт питомої ваги матеріальних витрат в собівартості продукції.

2. Показники економічної ефективності використання трудових ресурсів: продуктивність праці, коефіцієнт використання трудових ресурсів, коефіцієнт плинності кадрів.

3. Показники ефективності використання фінансових ресурсів підприємства: коефіцієнт економічної ефективності використання фінансових ресурсів підприємства; коефіцієнт покриття; коефіцієнт оборотності активів; коефіцієнт оборотності дебіторської і кредиторської заборгованості; коефіцієнт оборотності власного капіталу; коефіцієнти автономії, ліквідності, платоспроможності тощо.

4. Показники ефективності використання інформаційних ресурсів: коефіцієнт повноти інформації, коефіцієнт точності інформації, коефіцієнт своєчасності інформації, коефіцієнт надійності інформації.

5. Показники ефективності використання часових ресурсів: коефіцієнт використання робочого періоду, коефіцієнт використання простой тощо.

6. Показники ефективності використання земельних ресурсів; землевіддача, рівень розораності тощо.

7. Показники рентабельності використання ресурсів: рентабельність підприємства, рентабельність продукції, рентабельність звичайної діяльності, рентабельність продаж, рентабельність основної діяльності.

8. Показники екологічної ефективності використання ресурсів: коефіцієнт природної ресурсовіддачі, коефіцієнт екологічності, коефіцієнт екологічності процесу, коефіцієнт екологічності об'єкту, коефіцієнт відходоємності, коефіцієнт екологічності виробництва.

Усі вказані показники розділені на дві категорії: стимулятори та дестимулятори. Серед стимуляторів визначені ті показники, підвищення яких сприяє збільшенню інтегральної оцінки ефективності використання ресурсів. З іншого боку, дестимуляторами вважаються ті показники, зростання яких призводить до зменшення зазначеної інтегральної оцінки. Показники інтегральної оцінки це середнє арифметичне від всіх розрахованих частних показників.

Таблиця 3.2 – Показники інтегральної оцінки використання виробничих ресурсів підприємства

Показники	Роки		
	2020	2021	2022
	0,4665	0,4971	0,4466
	0,4494	0,5080	0,4961
	0,2397	0,2333	0,2007
	0,1690	0,3882	0,5707
	0,1728	0,3181	0,2975
	0,4181	0,4383	0,4516
	0,2906	0,3811	0,3116
	0,3151	0,3949	0,3964

*Джерело: розраховано автором

Дані таблиці 2 свідчать про вплив кожного з видів ресурсів на результативність діяльності підприємства. Так інтегральний показник ефективності використання матеріальних ресурсів свідчить про те, що результативність діяльності підприємства на 40% залежить від використання матеріальних ресурсів. Така тенденція спостерігається і по інтегральному показнику використання підприємством трудових ресурсів.

Від ефективного використання трудових ресурсів підприємство залежить на 20%. Розрахований показник ефективності використання трудових ресурсів має тенденцію до збільшення, а це означає про збільшення впливу інформації на результативність діяльності підприємства.

В цілому розрахований загальний інтегральний показник ефективності використання виробничих ресурсів підприємства свідчить про те, що залежить підприємство від своїх ресурсів на 40%.



Рисунок 3.1 – Інтегральна оцінка ефективності використання виробничих ресурсів підприємства за 2020 – 2022 рока

*Джерело: сформовано автором

Отже, застосований методичний підхід дав можливість отримати комплексну оцінку економічної ефективності використання різних ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових, земельних, інформаційних та часових) на підприємстві, а також показників рентабельності їхнього використання. У той же час, поточний стан використання ресурсів на зазначеному аграрному підприємстві не дає можливості сформулювати стратегічні перспективи для покращення ефективності використання ресурсів. Це вимагає прогнозування отриманих інтегральних оцінок на майбутні періоди діяльності суб'єктів господарювання. Підвищення результативності операцій сільськогосподарських підприємств стає можливим лише шляхом раціонального та науково обґрунтованого використання наявних ресурсів, підвищення якості реалізованої продукції, оптимізації структури активів та джерел їхнього фінансування, що призводить до досягнення балансу у виробничих та фінансово-господарських процесах.

Одночасно зростаюча динаміка зовнішнього середовища, збільшення конкуренції та впровадження інноваційних

технологій у сфері збереження та ефективного використання ресурсів обумовлюють необхідність розроблення стратегій управління ресурсами аграрних підприємств. Але існуючі методи, такі як матричні та експертні підходи до планування та стратегічного визначення способів використання ресурсів, не забезпечують достатньої об'єктивності у прогнозуванні розвитку ресурсного потенціалу суб'єктів господарювання на аграрному ринку.

Це вимагає створення симбіотичного методу для визначення стратегічних напрямків підвищення ефективності використання ресурсів аграрних підприємств, який би враховував переваги якісних та кількісних методів стратегічного планування. Для досягнення цієї мети, пропонується використовувати отримані інтегральні оцінки для прогнозування ефективності використання ресурсів аграрних підприємств. Ці інтегральні оцінки можна поділити на дві категорії:

- перша категорія оцінок включає в себе показники, у випадку яких у ході ретроспективного періоду визначаються явно виражені тенденції до зростання або зменшення їхніх значень;
- друга категорія оцінок охоплює ті показники, для яких відсутні визначені тенденції.

Список використаних джерел

4. Мацко Н. Г. Управління розвитком виробничого потенціалу промислового підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2017. Вип. 23(2). С. 69-72. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23\(2\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_23(2)_17) (дата звернення 21.11.2023)
5. Ільчук В. Кластеризація у формуванні виробничого потенціалу підприємств реального сектору економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 4. С. 7-15.
6. Терещенко С.І Алгоритм визначення оптимального рівня ресурсного потенціалу сільськогосподарських . Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон: ХДУ,2017.- Вип.15.Ч.4. с.80-83.
7. Терещенко С.І. Взаємозв'язок стійкого розвитку та ресурсної політики підприємства. Економіка і суспільство: наукове електронне фахове видання. 2017 р. Вип.12. с.377-381.

Секція 4. Формування професійних компетентностей майбутніх фахівців із підприємництва та торгівлі. підключення за посиланням

БІЗНЕС-ОСВІТА ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Максименко Дмитро,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

У сучасних умовах глобальної конкуренції актуалізується завдання створення моделі бізнес-освіти, що відповідає б розвитку світових освітніх систем. Незважаючи на нестабільне економічне і політичне середовище, українці прагнуть отримати якісну бізнес-освіту, оскільки вона створює основу для успіху всіх, хто навчається, незалежно від їхніх цілей і завдань. Якість підготовки фахівців у галузі економіки та бізнесу в першу чергу залежить від відповідності сучасним світовим освітнім стандартам, належного фінансування, сприятливих умов для інвесторів та ефективного використання всіх видів ресурсів.

Сучасна бізнес-освіта, спрямована на формування відповідальних особистостей, має за мету створення активних учасників господарювання, здатних вирішувати мікроекономічні проблеми та впливати на цей рівень, а також мати розуміння макроекономічної політики держави. Таким чином, головне завдання бізнес-освіти полягає в трансформації необхідних бізнес-знань у бізнес-мислення, а в подальшому - у бізнес-поведінку як окремої особи, так і суспільства.

Бізнес-освіта відіграє критичну роль у розвитку бізнесу, надаючи підприємцям та менеджерам необхідні знання, навички і інструменти для успішного управління своїми підприємствами. Бізнес-освіта є одним з найдинамічніших зростаючих секторів у галузі освіти. Постійне збільшення потреб у оновленні знань та підвищенні вимог до їх якості в умовах глобалізації освітнього простору вимагає відповідної пропозиції на ринку. Ось деякі ключові аспекти ролі бізнес-освіти у розвитку бізнесу:

1. Збільшення конкурентоспроможності: Бізнес-освіта допомагає підприємствам зрозуміти потреби свого ринку, розробити ефективні стратегії конкурентного переваги і покращити свої продукти або послуги, що відповідають вимогам споживачів.

2. Управління ризиками: Навчання в галузі бізнесу допомагає менеджерам розуміти потенційні ризики та приймати обґрунтовані рішення для їх управління. Це допомагає зменшити ймовірність негативних наслідків і забезпечує стабільність бізнесу в змінних умовах ринку.

3. Розвиток лідерських якостей: Бізнес-освіта сприяє розвитку лідерських якостей, таких як керівництво, комунікація, мотивація та командний розвиток. Це дозволяє підприємствам створювати ефективні команди та впроваджувати стратегії для досягнення цілей.

4. Інновації та технологічний розвиток: Бізнес-освіта підтримує розвиток інновацій та впровадження нових технологій у підприємствах. Це допомагає підприємствам залишатися в курсі останніх тенденцій у своїй галузі та використовувати їх для покращення продуктивності та ефективності.

5. Підвищення фінансової ефективності: Бізнес-освіта допомагає підприємствам розуміти фінансові аспекти їхньої діяльності, такі як бюджетування, фінансовий аналіз та управління обіговими коштами, що сприяє підвищенню їхньої фінансової стійкості та прибутковості.

Якою є суть бізнес-освіти в Україні на сьогодні? Більшість помилково думають, що бізнес-освіта призначена лише для тих, хто має намір закінчити навчальний заклад і у подальшому здобути кар'єру в сфері бізнесу. Однак сьогодні всі повинні розуміти, як функціонує ринкова економіка. Тому насамперед необхідно переглянути уявлення про роль бізнесу в економічному розвитку і, відповідно, про значення і завдання бізнес-освіти.

Експерти в галузі бізнес-освіти рекомендують вчитися «наперед». Знання слід отримувати сьогодні, щоб застосовувати їх завтра. Підготовка "на виріст" допомагає уникнути надмірного та економічно недоцільного повторення пройденого в майбутньому. Кожна особа має свою сферу найближчого розвитку. Практика свідчить, що ті, чия поле розвитку ширше, засвоюють 80–90% інформації бізнес-програми; тоді як у тих, чия поле розвитку вузке, цей показник становить майже 60%. Щоб залишатися успішними та конкурентними, необхідно постійно отримувати нові знання. Ці правила актуальні як для дорослих, так і для студентів.

Бізнес-школа на базі Сумського національного аграрного університету – найкращий приклад можливості синергії освіти, науки та бізнесу. Керівники цього структурного підрозділу впевнені, що так зможуть досягти спільної для українців мети – відновлення країни. Метою Бізнес-школи є підготовка лідерів вітчизняного бізнесу з цілісним баченням та розумінням підприємництва, синергією між кращим світовим досвідом і глибоким знанням сучасної практики ведення бізнесу.

Використовуючи передові національні та міжнародні технології та досвід, наш підхід спрямований на урахування унікальних особливостей вітчизняної економіки, адаптацію до змін у сфері технологій, врахування глобальних тенденцій і узгодження з загальними людськими цінностями.

Проект створено з освітньою метою. Передбачається, що у Бізнес-школі Сумського національного аграрного університету проводитимуть навчальні курси-модулі; дискусійні майданчики, майстер-класи, тренінги, семінари, вебінари, воркшопи, круглі столи, інтенсиви тощо.

Аудиторії облаштовані всім необхідним для проведення засідань, є відкритий простір для бізнес-консультацій та ділових зустрічей з усім сучасним мультимедійним обладнанням, що дозволяє проводити заходи як в онлайн так і в офлайн форматі. Крім того, Бізнес-школою, як майданчиком для проведення зустрічей, зможуть користуватися представники різних факультетів, освітніх закладів та підприємств.

Перспективи розвитку бізнес-освіти широкі та важливі в сучасному світі. Деякі з них включають:

1. Гнучкість навчання: Розвиток онлайн-платформ і дистанційних методів навчання дає можливість студентам з усього світу доступитися до якісної бізнес-освіти.

2. Адаптація до ринкових потреб: Програми бізнес-освіти можуть постійно оновлюватися та адаптуватися до змін у бізнес-середовищі, щоб навчити студентів сучасним технікам та стратегіям.

3. Міждисциплінарність: Зростає попит на курси, що поєднують бізнес-навички з іншими галузями, такими як технології, наука, мистецтво тощо, щоб підготувати студентів до комплексних викликів.

4. Розвиток ключових компетенцій: Зростає увага до розвитку м'яких навичок, таких як комунікація, лідерство, творчість тощо, які є важливими для успішної кар'єри в будь-якій галузі.

5. Глобалізація: Завдяки світовій конективності бізнес-освіта стає все більше глобальною, що дає можливість студентам отримати різноманітні перспективи та досвід.

6. Налагодження партнерств: Університети та бізнес-школи все більше встановлюють партнерства з компаніями для надання студентам можливостей практичного навчання та співпраці над проектами.

Список використаних джерел:

1. Вагонова О., Горпинич О., Шаповал В. Бізнес-освіта як чинник імплементації економіки знань. Економічний вісник. – 2017. - №3. – С. 142-154.

2. Шклярук К. Бізнес-освіта в умовах глобальної нестабільності. Вісник КНТЕУ. 2016. - №4. – С. 178-186.

3. Жигилевич О. Бізнес-освіта в структурі менеджмент-освіти та філософії господарства (філософсько-освітнє осмислення). – Науковий вісник. Серія Філософія. – Х.: ХНПУ, 2016. - №48 (I). – С. 170-181. 5. Матеріали Державного комітету статистики України. – URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.12.2020).

ВПЛИВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РИНОК ПРАЦІ ІНЖЕНЕРІВ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Кулагін Дмитро,

здобувач вищої освіти ОС «Доктор філософії (PhD)»,
кафедра економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького
Сумський національний аграрний університет

Цифрова трансформація та, як наслідок, потреба в всебічному інформаційному наповненні, стрімко змінюють форми та інструменти взаємодії, як в бізнесі, так і в соціумі, взагалі. Револьюційні технологічні інновації, поряд з радикальними економічними та соціально-екологічними тенденціями створюють нові сфери та можливості. Комп'ютерні програми чи цифрові додатки дозволили людству аналізувати та мислити з неймовірною швидкістю та якісними результатами. Наприклад, завдяки хмарним розрахункам на основі масштабних баз даних суттєво виросли темпи технологічних змін, що, в свою чергу, привели до появи таких «фантастичних» можливостей, як майнінг фінансових інструментів чи розвиток технологій штучного інтелекту. Відповідні форми цифрової трансформації вимагають переосмислення цілих систем відносин, взаємодії між їхніми учасниками, а також зміни самих елементів.

Реальний сектор економічних відносин, державні органи, сфера послуг та інших напрямків інфраструктурного обслуговування вимагають все більш кваліфікованих фахівців, в першу чергу, саме в цифрових технологіях. Звідси, заклади вищої освіти мають активніше приймати до уваги потреби роботодавців для їхніх випускників, щодо диференціювання їхньої підготовки на засадах роботи з великими даними та використанням штучного інтелекту [1].

Генеративний штучний інтелект це штучний інтелект, здатний породжувати текст, зображення або інші медіа, використовуючи породжувальні моделі. Очевидно, що вплив штучного інтелекту на ринок праці є найважливішою областю серед усіх. Найбільший вплив мають чат-боти великих мовних моделей. Популярними представниками є такі системи як ChatGPT, Copilot, Bard і LLaMA.

Інженери програмного забезпечення відіграють ключову роль у зародженні цифрової економіки. Вони закладають технічні основи для цієї економіки, дозволяючи бізнесам і суспільствам крокувати у напрямку цифрових взаємодій. Однак їм потрібно відстежувати новітні технологічні досягнення, та, як наслідок, займатися постійним навчанням, щоб гарантувати, що їхні навички не застаріють.

Не всі інженери зазнають однакового впливу від розвитку генеративного штучного інтелекту. Опитування показують що більшість працевлаштованих інженерів не відчувають критичного впливу. Деякі завдання інженерів можуть взяти на себе не спеціалісти або особи з обмеженими навичками програмування. Як наслідок, деякі вакансії можуть зникнути з подальшим розвитком штучного інтелекту.

Молоді інженери програмного забезпечення відчувають вплив у спробах їх вступу на ринок праці. Інженери, які працюють в IT-відділах компаній, відчувають вплив штучного інтелекту, особливо через нові методи роботи, тоді як інженери, які заснували стартапи, відчувають вплив, завдяки створеним новим бізнес-можливостям.

Також технологія може допомогти окремим особам вивчити розробку програмного забезпечення. Він може діяти як такий інструмент в університетській освіті та у самонавчанні. Зокрема, установи вищої школи отримують можливість не тільки готувати фахівців за певними спеціальностями чи профілями науки, а і робити це з досягненням певних комерційних ефектів – створення спеціалізованих програм підготовки/перепідготовки фахівців; розробки та апробації прикладних програм та мобільних додатків з належним фаховим обслуговуванням; забезпечення об'єктивних територіальних, галузевих чи бізнесових наукових досліджень на засадах постійно діючих цифрових платформ та інформаційного наповнення та ін.

Відповідно, як самі заклади підготовки фахівців, так і їхні роботодавці, а також супутні регулюючі чи сервісні структури, все більше, будуть мати справи з даними різних форматів та джерел формування. Ефективність же результатів діяльності згаданих стекгольдерів буде залежати від масштабування використання цифрової інформації, в тому числі, засобами штучного інтелекту [2].

У результаті такого використання штучного інтелекту рівень знань і з розробки програмного забезпечення може змінитися. Залежно від того, як здобувачі освіти використовують штучний інтелект, під час навчання вони можуть набути більш чи менш відповідних знань, ніж попередники. У результаті розробка програмного забезпечення може стати частиною навичок більшості людей.

У такій ситуації попит на інженерів на ринку праці може знизитися. Однак, слід зауважити, що останні опитування місцями показують і негативний вплив на знання студентів. Інженери, які мають намір залишитися у своїй професії, можуть бажати використовувати здобуті знання, щоб більше ознайомитися з штучним інтелектом та вивчити, як його використовувати для підвищення продуктивності.

Водночас, ті інженери, які зацікавлені у зміні своїх завдань, можуть альтернативно прагнути розвивати свої навички у менеджменті та вирішенні складних завдань. Вони можуть використовувати штучний інтелект як можливість поступово перейти до ролі менеджера, як це роблять багато інженерів в свої 30-40 років.

Роботодавці у існуючих компаніях можуть бажати більш активно покладатися на навчальні програми, в стартапах вони матимуть змогу більше зосередитися на переоцінці того, скільки працівників їм потрібно для переходу їх компанії до фази зростання.

Загалом, технології штучного інтелекту вже почали змінювати спосіб, яким ми працюємо, і має потенціал до ще більшого впливу. Це перше дослідження, яке визначає, як це може вплинути на ринкову ситуацію для інженерів програмного забезпечення.

Роботодавці зможуть використовувати результати дослідження як показник того, що потрібна диференційована оцінка впливу штучного інтелекту на персонал компанії.

Технології штучного інтелекту, вже сьогодні, забезпечують якість ухвалення управлінських рішень, суттєво прискорюють та підвищують ефективність внутрішніх і зовнішніх процесів, а, головне, для навчально-наукового середовища – поліпшують користувацький досвід. Самі технології штучного інтелекту розвиваються надзвичайно швидко та в різних напрямках. Актуальність та ефективність застосування вже продемонстрували, зокрема, інструменти предикативної аналітики, опрацювання природної мови та цілий ряд інших [3].

Водночас, штучний інтелект сприяє створенню нових ринків зайнятості, що формує об'єктивну потребу в фахівцях нових професій, на сьогодні, навіть, ще несформульованих. А це, в свою чергу, ще один фактор ризику і, водночас, стимулятор зміни сфери вищої освіти. Наприклад, технологія штучного інтелекту ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) суттєво зменшує цінність традиційних способів перевірки наданих слухачам знань. Сам ж вища освіта трансформується із заучування окремих даних чи фактів до навичок формувати причинно-наслідкові зв'язки.

До, доволі, перспективних напрямків, що дозволять значно підвищити ефективність менеджменту варто віднести: автоматизацію процесів планування, використання програм для забезпечення доступу користувачів до управлінських даних в режимі реального часу, розширення аналітики виробничих операцій для пришвидшення процесу прийняття рішень, застосування технологій обробки великих об'ємів даних для суміжних бізнес-процесів з метою виявлення прихованих можливостей зростання [4].

Університети, які навчають інженерів програмного забезпечення, повинні визнати, що генеративний штучний інтелект стане важливою частиною майбутнього професійного життя їхніх студентів. Таким чином, студенти повинні вивчити, як використовувати штучний інтелект і як оцінювати, в яких ситуаціях його використання є вигідним, а в яких може виникнути проблема.

Поява альтернативних закладів освіти, на засадах використання штучного інтелекту може бути більш важливою формою підготовки фахівців, зокрема, через те, що буде реалізовуватися індивідуально підібраний навчальний план під фізичні та інтелектуальні особливості конкретної людини. Звідси, зручною формою підготовки фахівця стануть короткострокові навчальні курси або сертифіковані програми. Адже доступність до технологій штучного інтелекту дає можливість всім здобувати знання та покращувати свої навички значно зручніше, швидше та дешевше [3, 5].

Нарешті, політики матимуть змогу використовувати отримані висновки як показник того, що існує більше одного способу вирішення питання хронічного дефіциту інженерів програмного забезпечення.

Однак, поширення штучного інтелекту може посилити нерівність у суспільстві, оскільки кваліфіковані та високоосвічені фахівці матимуть перевагу над тими, хто не має доступу до нових технологій або навичок роботи з ними. Але розвиток інформаційних технологій формує новий революційний етап розвитку земної цивілізації, а відтак, темпи породжуваних змін мають бути нарівні, як у сфері реального сектору економіки, так і в підготовчих процесах затребуваних фахівців. Це, звичайно, передбачає як позитивні зміни, так і ризикові наслідки.

Список використаних джерел

1. Artyukhov A., Artyukhova N., Bashlai O., Volk Iu. "Quality of education and socio-economic development: analysis of publication activity trends", in *The transformation of the higher education system in Ukraine: proposals and perspectives: monograph*, T. Vasilyeva and S. Kotenko. Szczecin, Poland: Centre of Sociological Research, 2022. pp. 10-31.
2. Башлай С., Башлай О. Штучний інтелект у вищій школі: реальність, перспективи та ризик інформаційної підтримки ЗВО. *Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024). Artificial intelligence in science and education* : збірник матеріалів міжнародної наукової конференції (Київ, 1-2 березня 2024 р.) / [упоряд: А. Яцишин, В. Матусевич, В. Коваленко]. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С. 28-32. URL: DOI: 10.35668/978-966-479-141-7.
3. Bashlai S., Kulagin D. Digitalization of management tools in agrarian business. *Modern engineering and innovative technologies*. 2023. Issue № 28, Part 1. P. 84-91. DOI: 10.30890/2567-5273.2023-28-01-009.
4. Башлай С. В., Павловський М. В., Лизак М. П. Розвиток фінансового менеджменту в умовах цифровізації економіки. *Ефективна економіка*. 2023. № 5. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.52>.
5. Башлай С. В., Яремко І. І. Цифровізація економіки України в умовах євроінтеграційних процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-48>.

ВПЛИВ ГАЛУЗЕВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Борисова Єлизавета,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
кафедра фінансових технологій і підприємництва
Сумський державний університет

В умовах трансформаційних змін вітчизняної економіки стратегічний розвиток аграрного сектору, у значній мірі, залежить від ефективного функціонування підприємницьких структур агробізнесу. Діяльність суб'єктів аграрного бізнесу відбувається в умовах нестабільності та змін у зовнішньому середовищі. Вплив останнього досить непрогнозований від цього, все більше, залежить рівень ефективності внутрішньої фінансової системи господарств. Домінуючим показником ефективного функціонування аграрного підприємства виступає фінансовий результат. А його досягнення визначається здатністю та можливостями аграрного підприємства будувати прийнятний механізм організації фінансів [1].

Формування системи фінансів у аграрному секторі господарювання відбувається, в основному, за рахунок операційної діяльності господарств – виробництва та обсягу продажу продукції, отримання виручки від реалізації сільськогосподарської продукції і прибутку. Ці основні економічні категорії застосовуються для визначення основних джерел поповнення фінансів агропідприємств [2].

В свою чергу, формування фінансів сільськогосподарських підприємств має свої особливості у зв'язку із специфікою виробничо-господарського функціонування підприємницьких структур аграрної галузі, серед яких визначальними найчастіше називають наступні:

– використання різних (необхідних) видів ресурсів (трудових, матеріально-технічних, фінансових та інших) для виробництва сировини усіх видів продукції рослинництва відбувається поетапно на протязі року, а сама реалізація товарної продукції та отримання доходу (виручки від реалізації) можлива тільки після збору; урожаю. Такий стан виробничих технологій, досить часто, обумовлює необхідність звертатися до сторонніх джерел (банківських кредитів, кредиторської заборгованості і т. п.) для виконання комплексу робіт, пов'язаних з вирощуванням сільськогосподарських культур та реалізації товарної продукції;

– тваринництво, в свою чергу, відрізняється необхідністю щоденного використання фінансових та інших виробничих ресурсів для виробництва продукції галузі. Знову ж таки, реалізацію продукції галузі здійснюють при завершенні циклу виробництва;

– регулярність виробництва та реалізації товарної продукції для аграрних підприємств забезпечують молочне скотарство і птахівництво. Саме ці виробництва сприяють фінансуванню для розвитку підгалузей за рахунок власного інвестування;

– циклічне виробництво та реалізація продукції рослинництва та інших підгалузей обумовлює нагальну потребу щомісячного кредитування для обслуговування виробничих циклів;

– природно-кліматичні умови отримання продукції галузі та відповідні ризики також суттєво впливають на економічно-фінансові результати діяльності;

– на економічно-фінансові результати функціонування аграрних товаровиробників суттєвий вплив здійснює рівень закупівельних цін та форми (передумови) їхнього встановлення;

– залучення у виробничо-господарський процес незамінних природно-біологічних факторів виробництва та біологічних активів, зумовлює особливості їхньої оцінки, відображення в системі рахунків, а також специфіку обліку самих бізнес-процесів (біологічних перетворень) та калькуляції собівартості отриманої продукції;

– галузевий статус товаровиробника дозволяє їм використовувати спрощену систему оподаткування зі сплатою єдиного податку та спеціальний режим оподаткування з ПДВ та ін. [3-5].

Отже, на формування фінансів аграрного підприємства, з урахуванням галузевих особливостей його функціонування впливають дві протилежні групи факторів – не залежні від функціонування підприємства (зовнішні) та внутрішні фактори, що можуть моніторитися підприємством та піддаються управлінню (рисунок 1).

В процесі розширеного відтворення господарювання аграрних підприємств, всі необхідні виробничі засоби проходять три стадії: накопичення, виробництва та реалізацію. Методологічний апарат визначення способів підвищення ефективності (рентабельності, прибутковості та ін.) виробництва в аграрних підприємствах вказує на те, що первинною умовою цьому є – якщо власні оборотні засоби авансовані в мінімальних розмірах, а позичені спрямовуються на створення сезонних запасів і витрат, забезпечують оптимальну структуру засобів сфери виробництва та сфери обігу [5].

Своєчасне звернення до зовнішніх засобів для забезпечення виробничого процесу усуває небезпеку його призупинення через відсутність фінансових ресурсів на придбання основних і оборотних засобів.

Накопичений науковий та практичний світовий досвід розвитку фінансів в аграрній сфері господарювання, подолання кризових явищ в галузі можливі, виключно, при створенні дієздатної системи забезпечення її фінансовими ресурсами.



Рисунок 1 – Склад факторів, що впливають на формування фінансів аграрного підприємства
Джерело: складено авторкою за [1, 5]

При цьому, зміни, що відбуваються в аграрній сфері, на жаль, співпали з періодом нав'язаної зовні економічної кризи всієї економіки країни. Як результат, відбулося порушення обороту фінансів у переважній кількості вітчизняних аграрних підприємств, практично, за всіма основними напрямками: отримання доходу (виручки від реалізації) товарної продукції, залучення кредитних засобів та інвестицій на комерційних засадах, отримання державної фінансової підтримки та ін.

Вирішення цих питань з метою відновлення довоєнного рівня ефективності господарювання та побудови модернізованого механізму фінансових відносин в галузі буде відбуватися, в першу чергу, із урахуванням ключових галузевих особливостей функціонування суб'єктів підприємництва.

Список використаних джерел

1. Антипенко Є. Підвищення фінансової стійкості підприємства. *Економічний аналіз*. 2017. № 9. С. 29-32.
2. Рудницька О. М., Біленська Я. Р. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Lo_gistyka/2019_649/19.pdf.
3. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 566с.
4. Андрос С. В., Герасимчук В. Г. Фінансування сільського господарства і роль банків у кредитному забезпеченні аграрного сектора України. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. №3(25). С. 5-14. URL: DOI: 10.15276/EJ.03.2023.1. DOI: 10.5281/zenodo.8410211.
5. Khanal, A., & Omobitan, O. (2020). Rural finance, capital constrained small farms, and financial performance: findings from a primary survey. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, Vol. 52, Issue 2, pp. 288-307. DOI: 10.1017/aae.2019.45.

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІДДІЛОМ ТЕХНІЧНОЇ ПІДТРИМКИ В ІТ-КОМПАНІЇ

Варакін Дмитро,

здобувач вищої освіти ОС «Доктор філософії (PhD)» кафедри економіки та підприємництва ім. професора І.М. Брюховецького, Сумський національний аграрний університет,

З розвитком ІТ-компаній у світі та розширенням клієнтської бази важливе місце займають відділи або служби технічної підтримки клієнтів на всіх етапах становлення бізнесу даних клієнтів. Не менш важливим є впровадження в таких відділах методики управління бізнес процесами як засобу підвищення оперативності та гнучкості в середині такого відділу та знаходження підходів до ефективного функціонування даної структури. Дане питання є актуальним і потребує значного дослідження з наукової точки зору.

Виділимо переваги ефективної роботи служби технічної підтримки:

1. Ефективна підтримка. Інженери служби підтримки допомагають оптимізувати процес підтримки, забезпечуючи центральну точку контакту для всіх питань, пов'язаних з ІТ.
2. Професійне спілкування. Завдяки відділу підтримки клієнти мають надійний і послідовний спосіб повідомляти про проблеми та отримувати оновлення щодо стану бізнесу чи продукту в залежності від виду ІТ-компанії.
3. Централізовані знання. Інженери технічної підтримки мають базу знань про вирішення типових ІТ-проблем, що дозволяє швидко виявляти та якісно вирішувати проблеми, зменшуючи час та потребу в усуненні недоліків.
4. Профілактичне обслуговування. Служба технічної підтримки допомагає виявити й вирішити потенційні проблеми, перш ніж вони стануть критичними.
5. Звіти про виконання. Більшість менеджерів відділів підтримки здійснюють вимірювання ключових показників ефективності (КРІ), щоб зрозуміти скільки часу витрачається командою на вирішення задачі та яку саме підтримку необхідно надати клієнту [1].

Ключові показники ефективності обслуговування клієнтів (КРІ) – це важливі показники, які допомагають командам технічної підтримки клієнтів відстежувати та оптимізувати продуктивність. Компанії можуть використовувати ці цифри для точного налаштування операцій, підвищення продуктивності інженерів і кращого розуміння взаємодії з клієнтами [3].

Все це важливо, оскільки багато клієнтів формують свою думку про компанію на основі їх взаємодії зі службою технічної підтримки.

Як сказав великий шотландський вчений Вільям Томсон: «Якщо ви не можете виміряти це, ви не зможете це покращити», «виміряти – означає знати». [2]. Дані висловлювання підкреслюють актуальність встановлення та застосування КРІ в будь-якій організації, незалежно від її характеру. Ці ідентифікатори достатньо гнучкі, щоб інкапсулювати багато основних сфер роботи відділу, як-от служба технічної підтримки клієнтів в ІТ-компанії.

Універсального підходу до КРІ обслуговування клієнтів не існує. Бізнес-потреби та пріоритети однієї компанії відрізняються від потреб інших організацій. Проте виділимо деякі універсальні ключові показники ефективності, які можуть бути застосовані до співробітників в службі технічної підтримки та допоможуть виміряти ефективність і результативність ІТ-служби в компанії.

1. Середній час вирішення. Середній час вирішення – це час, потрібний представнику служби технічної підтримки клієнтів для вирішення запиту служби підтримки після його створення.

Можна розрахувати цей показник, визначивши середній час вирішення всіх задач за вказаний діапазон часу. Наприклад, скажімо, обчислюється середній час вирішення для восьмигодинної зміни. Ділиться загальний час, необхідний для вирішення задачі, на кількість розкритих задач.

2. Наповненість – це відсоток або час, який ваша команда обслуговування клієнтів витрачає на активну допомогу клієнтам і вирішення заявок.

Цей показник допомагає менеджерам визначити, чи їхні агенти занадто зайняті чи недостатньо, і включає такі дії, як:

- відповідь на чати клієнта;
- участь у телефонних розмовах з клієнтами;
- подолання відставання задач.

3. Час першої відповіді. Час першої відповіді, також відомий як час першої відповіді (FRT) – це час, який потрібно представнику служби підтримки клієнтів, щоб відповісти на запит служби підтримки після того, як клієнт надіслав його. Цей КРІ обслуговування клієнтів показує, наскільки добре ваші агенти можуть обробляти кілька заявок одночасно, а також їх ефективність в управлінні коливаннями обсягів заявок.

4. Задачі, що обробляються за годину. Кількість оброблених задач за годину – це показник служби підтримки, який показує, скільки задач інженер відкриває та взаємодіє з ними протягом години. Цей показник підкреслює, наскільки ефективно інженер може обробляти запити. Обчисліть його, склавши разом кількість задач, які інженер обробляє за годину.

5. Задачі, що розв'язані за годину. Задачі, розв'язані за годину, це кількість заявок, які було вирішено та закрито за той самий проміжок часу. Як і у випадку з задачами, що обробляються за годину, цей показник може детально визначити, наскільки ефективно працює інженер служби технічної підтримки. Щоб обчислити, додається кількість задач, розкритих за годину.

6. Оцінка задоволеності клієнтів. Оцінка задоволеності клієнтів (CSAT) – це звіт про обслуговування клієнтів, який визначає, наскільки продукти компанії, послуги та загальний досвід клієнтів відповідають очікуванням клієнтів. Оцінки CSAT є вирішальними, оскільки вищий бал зазвичай відображає вищий рівень утримання клієнтів і менший відтік клієнтів.

7. Швидкість ескалації. Показник ескалації (ESC) вимірює відсоток заявок, які передаються на вищий рівень підтримки. Це важливо. Це вказує на те, що відповіді першої лінії не надають необхідної підтримки клієнта. Інженерам може знадобитися більше навчання та удосконалювати свої знання. Незважаючи на це, спеціалісти можуть найкраще впоратися з певними видами проблем, тому рівень ескалації, ймовірно, ніколи не досягне нуля.

8. Коефіцієнт використання інженера. Коефіцієнт використання агента (AUR) вимірює відсоток часу, протягом якого інженери служби технічної підтримки активно працюють над заявками. Задоволеність клієнта значною мірою залежить від часу, який витрачений на очікування інженера.

AUR KPI може відповісти на два запитання. По-перше, чи ефективні ваші заходи без інженерів? А по-друге, чи є в компанії професійний штат? [4].

Служби технічної підтримки в ІТ-компаніях мають вирішальне значення для того, щоб організації знали, що про них думають клієнти, щоб корпоративні системи функціонували ефективно та щоб користувачі мали доступ до необхідної підтримки. Управління бізнес-процесами на рівні відділу відіграють важливу роль для досягнення основної мети ІТ-компаній. Розуміння ефективного управління досягається за допомогою впровадження та застосування ключових показників ефективності роботи інженерів служби технічної підтримки та обслуговування клієнтів. Компаніям потрібен стратегічний підхід до відстеження та досягнення перелічених вище ключових показників ефективності обслуговування клієнтів. І хоча кожна операція різна, організації повинні дотримуватися універсальних принципів, щоб якнайкраще досягти своїх цілей.

Список використаних джерел:

1. 10 IT Service Desk Key Performance Indicators, Wrangle, URL <https://www.wrangle.io/post/10-it-service-desk-key-performance-indicators> (дата звернення 12.03.2024)
2. David F. Coppedge, William Thomson, Lord Kelvin, URL <https://crev.info/scientists/william-thomson-lord-kelvin/> (дата звернення 12.03.2024)
3. Brenda Gratas, Top 15 Help Desk Metrics to Measure IT Support Performance, URL <https://blog.invgate.com/service-desk-kpi> (дата звернення 12.03.2024.)
4. David Birchmier, 21 customer service KPIs every support team needs to track, URL <https://www.zendesk.com/blog/customer-support-kpis-need-track/> (дата звернення 12.03.2024)

ЗМІСТ

Секція 1. Соціально-економічні процеси в умовах сталого розвитку

Воліна О. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ.....	3
Зеленська М. ЩОДО МЕТОДИКИ ВИЗНАЧЕННЯ ОКРЕМИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	5
Кириленко О. ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: НАПРЯМИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ.....	7
Ковальова О. ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТЕОРІЙ.....	9
Пилипенко Н.М., Касьян Є. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЕКОНОМІКИ СПІЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	12
Пилипенко М.В. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	15
Мишенін Є. ФАСИЛІТАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ЛІСОГОСПОДАРЮВАННЯ.....	17
Проценко А. ГЕНЕЗИС ГАЛУЗІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.....	18

Секція 2. Конкурентоспроможність продукції та суб'єктів господарювання.

Серік С. ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В СФГ «УРОЖАЙ» РОМЕНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	21
Стецієнко С. АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	24
Єфанов В. АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В СУЧАСНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	27
Мишенін Є. ЕКОЛОГІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМА ЦІНОУТВОРЕННЯ В АСПЕКТІ КОНКУРЕНЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ.....	29

Секція 3. Економічне забезпечення підприємницьких структур.

Воробйова І. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	30
Зеленський А. МАКСИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ УПРАВЛІННЯ ЧИННИКАМИ ЙОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	32
Маренок С. ПРИБУТОК ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	34
Овсієнко М. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	35

Олійник Ю. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПОНЯТЬ «КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ТА «КОНКУРЕНТНИЙ СТАТУС» ПІДПРИЄМСТВА.....38

Пігуль І. МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ.....41

Мішенін Є. ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ В АСПЕКТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАЛАНСУВАННЯ ІНТЕРЕСІВ ПРИРОДОКОРИТУВАННЯ В АГРОСФЕРІ.....43

Бугрименко В. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ.....45

Яровий Є. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....47

Секція 4. Формування професійних компетентностей майбутніх фахівців із підприємництва та торгівлі.

Максименко Д. БІЗНЕС- ОСВІТА ЯК СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....50

Кулагін Д. ВПЛИВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РИНОК ПРАЦІ ІНЖЕНЕРІВ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....52

Борисова Є. ВПЛИВ ГАЛУЗЕВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....54

Варакін Д. ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІДДІЛОМ ТЕХНІЧНОЇ ПІДТРИМКИ В ІТ-КОМПАНІЇ.....56